



Halbjahresergebnis 2009

Medienpräsentation

Zürich, 26. August 2009

Agenda

1. Übersicht

Bruno Pfister

2. Ergebnisse

Thomas Buess

3. Konzernstrategie und Massnahmen

Bruno Pfister

4. Massnahmen in der Schweiz

Ivo Furrer

5. Ausblick

Bruno Pfister

Highlights

- **Ergebnis aufgrund anspruchsvollen Marktumfelds befriedigend**
 - Reingewinn aus fortgeführtem Geschäft von CHF 172 Mio. (HJ 2008: CHF 152 Mio.)
 - Gewinn je Aktie aus fortgeführtem Geschäft um 22% gesteigert
- **Operative Leistungsfähigkeit im Versicherungsgeschäft verbessert**
 - Prämien (bereinigt) um 7% gesteigert; Wachstum im nicht traditionellen Geschäft
 - Operative Kosten um 3% gesenkt, davon -8% in der Schweiz
 - Anlageergebnis deutlich verbessert, mit Nettoanlagerendite von 1,8%
 - Betriebsergebnis um 11% verbessert
 - Marge im Neugeschäft (% PVNBP) ¹⁾ von 1,2%, nach 1,1% im Jahr 2008
- **Enttäuschender Beitrag von AWD**
 - Umsatzrückgang von 20%, insbesondere aufgrund von Österreich und UK
 - EBIT und Beitrag ans Segmentergebnis negativ
- **Kapitalisierung und Eigenkapital vor Minderheitsanteilen stabil**
 - IFRS-Gruppensolvabilität mit 155% stabil - trotz Zinserhöhungen im ersten Halbjahr
 - Eigenkapital vor Minderheitsanteilen bei soliden CHF 6,8 Mrd.
- **Initiativen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und der Profitabilität lanciert**
 - Alle Einheiten leisten Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit
 - Konzernweite Einsparungen von CHF 350 bis CHF 400 Mio. bis 2012 (Basis 2008)

Auf Kurs zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und profitabilem Wachstum

1) PVNBP = Barwert der Prämien im Neugeschäft

Kennzahlen

Reingewinn (fortgeführtes Geschäft)



CHF 172 Mio.

+ 13%

Betriebsgewinn



CHF 251 Mio.

+ 11%

Marge Neugeschäft (% PVNBP)



1,2%

+ 0,1 Ppkt ¹⁾

Prämienvolumen, bereinigt ²⁾



CHF 10 387 Mio.

+ 7%

Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)



CHF 6 752 Mio.

+ 2%

Gruppensolvabilität



155%

- 3 Ppkt

1) Gesamtjahr 2008

2) vgl. Folie 12 für Bereinigungen

Agenda

1. Übersicht

Bruno Pfister

2. Ergebnisse

Thomas Buess

3. Konzernstrategie und Massnahmen

Bruno Pfister

4. Massnahmen in der Schweiz

Ivo Furrer

5. Ausblick

Bruno Pfister

Erfolgsrechnung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

Fortgeführtes Geschäft	HJ 2009	HJ 2008	
Verbuchte Bruttopr., Policengeb. und erhaltene Einlagen	10 387	10 888	- 5%
Ertrag aus Gebühren, Kommissionen und Provisionen	450	350	
Finanzergebnis (auf Rechn. u. Risiko der Swiss Life-Gruppe)	2 122	1 215	
Versicherungsleistungen und Schadenfälle (netto)	-7 446	-8 459	
Überschussbeteiligung der Versicherungsnehmer	-651	-77	
Betriebsaufwand	-1 646	-1 456	
Betriebsgewinn	251	227	+ 11%
Fremdkapitalkosten	-81	-93	
Ergebnisanteile an assoziierten Unternehmen	6	8	
Ertragssteueraufwand	-4	10	
Reingewinn aus fortgeführtem Geschäft	172	152	+ 13%
Halbjahresergebnis aus nicht fortgeführtem Geschäft	-33	1 485	
Reingewinn	139	1 637	
Ergebnis je Aktie aus fortgeführtem Geschäft (in CHF) ¹⁾	5.62	4.62	+ 22%
Ergebnis je Aktie (in CHF) ¹⁾	4.56	49.06	

1) Verwässert, auf Basis von 31 301 745 Aktien 2009 und 33 414 647 Aktien 2008
NB: AWD im HJ08 nur während 3 Monaten konsolidiert

Versicherungsgeschäft Schweiz

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2008 Veränderung		
Verbuchte Bruttopr., Policengeb. und erhaltene Einlagen	5 334	5 907	-10%	• Bruttoprämien -2%, angepasst aufgrund Einmaleinlage im 1. HJ 2008; im Rahmen der Marktentwicklung
Operative Kosten	-250	-272	-8%	• Effizienzsteigerungen auf Kurs
Segmentergebnis	193	120	+61%	• Verbesserung aufgrund des Finanzergebnisses und der Kostensenkungen
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
	HJ 2009	GJ 2008 ¹⁾		
Wert Neugeschäft	39	48		• Neugeschäft im Vergleich zu HJ 2008 gestiegen
Marge Neugeschäft (% PVNBP)	1,5%	1,2%	+0,3 ppts	• Bessere Marge im Kollektivlebensgeschäft

1) MCEV nur für Gesamtjahr 2008 ausgewiesen

Versicherungsgeschäft Frankreich

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2008	Veränderung	
Verbuchte Bruttopr., Policengeb. und erhaltene Einlagen	1 676	1 972	-15%	<ul style="list-style-type: none"> -3% bereinigt um Partnerschaft. LV-Markt +6%. Tieferes Wachstum wg. Verzicht auf Gewährung höherer Zinsversprechen. Krankenversicherung +5%
Operative Kosten	-151	-151	0%	<ul style="list-style-type: none"> Kostenbasis stabil, trotz zwei kleineren Zukäufen
Segmentergebnis	46	63	-27%	<ul style="list-style-type: none"> Höhere latente Überschussbeteiligung aufgrund des verbesserten Finanzergebnisses. Guter Beitrag des Krankenversicherungsgeschäfts
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
	HJ 2009	GJ 2008 ¹⁾		
Wert Neugeschäft	13	30		<ul style="list-style-type: none"> Rückgang wegen Veränderung des Produktmix und der Zinsen
Marge Neugeschäft (% PVNBP)	1,0%	1,3%	-0,3 Ppkt	<ul style="list-style-type: none"> Wert Neugeschäft rückläufig, PVNBP stabil

1) MCEV nur für Gesamtjahr 2008 ausgewiesen

Versicherungsgeschäft Deutschland

Mio. EUR (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2008 Veränderung		
Verbuchte Bruttopr., Policengeb. und erhaltene Einlagen	645	565	+14%	<ul style="list-style-type: none"> • Deutlich über Marktwachstum von 7%, v.a. aufgrund Wiederanlageprodukt; Verlagerung zu Risiko- und nicht traditionellen Produkten
Operative Kosten	-57	-63	-10%	<ul style="list-style-type: none"> • Kosten stabil, angepasst um Projekte und Einmaleffekte im HJ 2008
Segmentergebnis	20	12	+67%	<ul style="list-style-type: none"> • Verbessertes Risikoergebnis und tiefere Kostenbasis
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
	HJ 2009	GJ 2008 ¹⁾		
Wert Neugeschäft	5	8		
Marge Neugeschäft (% PVNBP)	1,3%	0,9%	+0,4 Ppkt	<ul style="list-style-type: none"> • Steilere Zinskurve und Verlagerung zu Risikoprodukten mit positivem Effekt auf Neugeschäftsmarge

1) MCEV nur für Gesamtjahr 2008 ausgewiesen

Versicherungsgeschäft Übrige

PPLI, Corporate Solutions, Swiss Life Products, PPI ¹⁾

Mio. CHF (Basis: IFRS; MCEV)

	HJ 2009	HJ 2008		
Verbuchte Bruttopr., Policengeb. und erhaltene Einlagen	1 573	928	+70%	• Starkes Wachstum PPLI in Europa, Markt übertrifft
Operative Kosten ²⁾	-49	-41	+20%	• Anstieg wegen Aufbaukosten für Expansion von PPLI und Produkt- plattformen in Luxemburg
Segmentergebnis	-14	-21	+33%	• Verbesserung v. a. aufgrund höherer Prämien- und Gebühreneinnahmen
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>				
	HJ 2009	GJ 2008 ³⁾		
Wert Neugeschäft	9	12		
Marge Neugeschäft (% PVNBP)	0,6%	0,6%	0 Ppkt	• Stabile Margen auf Neugeschäft aufgrund neuer Verträge mit höherem Prämienvolumen und höheren Risikokomponenten

1) PPI = Payment Protection Insurance (Restschuldversicherung)

2) Anpassungen gemäss Folie 13

3) MCEV nur für Gesamtjahr 2008 ausgewiesen

AWD Gruppe, lokaler Abschluss HJ, Mio. EUR (Basis: IFRS)

	HJ 2009	HJ 2008 ¹⁾	Veränderung
Umsatzerlöse	258,3	322,9	-20,0%
Deutschland	164,5	185,9	-11,5%
Österreich, CEE ²⁾	35,6	64,6	-44,9%
UK	22,3	37,3	-40,2%
Schweiz	35,8	35,1	2,0%
EBIT	-10,3	27,2	n.a.
Deutschland	14,9	37,1	-59,8%
Österreich, CEE ²⁾	-10,3	7,1	n.a.
UK	0,0	-3,7	n.a.
Schweiz	2,9	3,0	-3,3%
Holding	-17,8	-16,3	9,2%
Halbjahresergebnis	-8,9	20,0	n.a.
Berater	5 610	5 954	-5,8%
Beratene Kunden	246 000	239 100	2,9%

- AU und UK aufgrund schwacher Nachfrage nach fondsgebundenen Policen und Anlagefonds enttäuschend. Umsatzrückgang in DE entspricht schwachem Markt
- Erlöse insgesamt unter Erwartungen, Restrukturierungsaufwendungen
- Holdingkosten wegen Restrukturierungen und vertraglichen Abgangsentschädigungen gestiegen
- Mehr Berater in Q2 als in Q1
- Trotz Finanzkrise mehr Kunden beraten

1) Fortgeführtes Geschäft

2) CEE = Zentral- und Osteuropa

Bereinigtes Prämienwachstum

Mio. CHF (Basis: IFRS)

	HJ 2009	HJ 2008	Veränderung
Bruttoprämien und Einlagen der VN fortgeführtes Geschäft	10 387	10 888	-5%
Währungseffekte		-261	
Bruttoprämien und Einlagen der VN, angepasst I	10 387	10 627	-2%
Ohne Sondereffekt Kollektivleben (Schweiz)		-485	
Ohne Partnerschaft (Frankreich)		-456	
Währungseffekte		+28	
Bruttoprämien und Einlagen der VN, angepasst II	10 387	9 714	+7%

Kostenentwicklung

Mio. CHF (Basis: IFRS)

Fortgeführtes Geschäft	HJ 2009	HJ 2008	Veränderung
Total Betriebsaufwand	1 646	1 456	+13%
Provisionen und Veränderung der aktivierten Abschlusskosten	-767	-584	
AWD	-191	-136 ¹⁾	
Restrukturierungskosten		-3	
Währungseffekte		-23	
Operative Kosten	688	710	-3%

1) AWD im HJ08 nur während 3 Monaten konsolidiert

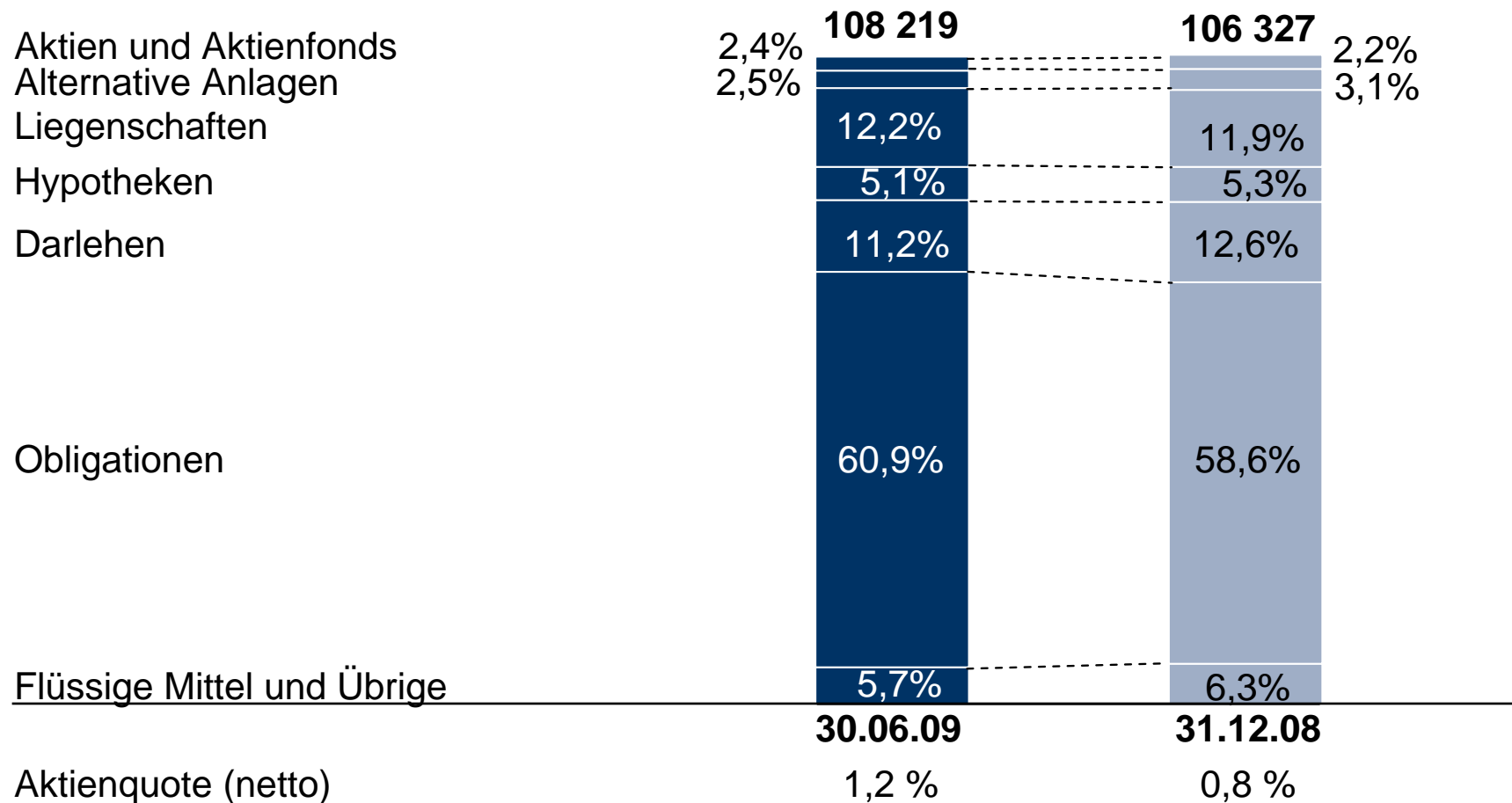
Anlageergebnis

Mio. CHF (Basis: IFRS) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft

	HJ 2009	HJ 2008
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen	2 119	2 374
Direkte Erträge aus Kapitalanlagen in %	1,9%	2,1%
Kosten	-88	-96
Nettokapitalgewinne/-verluste und Wertberichtigungen	-49	-1 214
Nettokapitalerträge	1 982	1 064
Nettoanlagerendite	1,8%	1,0%
Veränderung der nicht realisierten Gewinne/Verluste auf Kapitalanlagen (netto)	-230	-2 453
Total Kapitalerträge	1 752	-1 389
Gesamtperformance	1,6%	-1,2%
Durchschnittliche Kapitalanlagen (netto)	108 861	111 933
Gesamte Anlageperformance (Fair Value) in %	2,0%	n. a.

Anlageportfolio

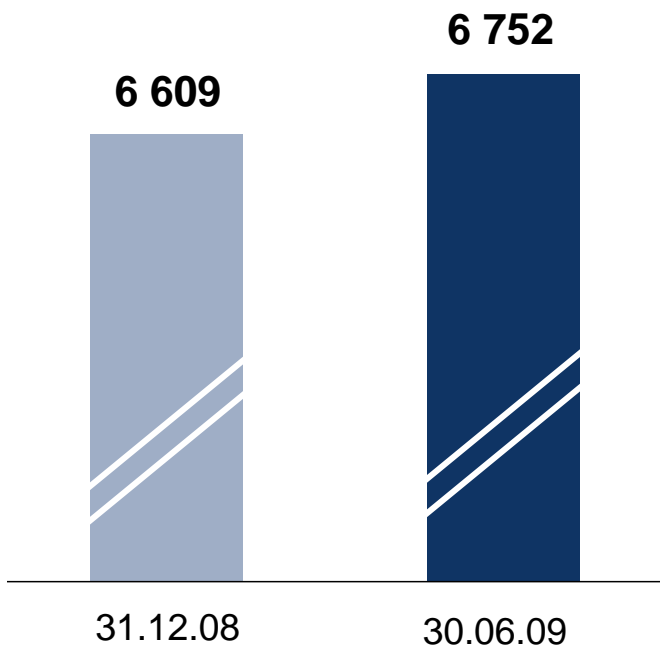
Mio. CHF (Basis: Fair Value) – auf eigenes Risiko gehaltene Kapitalanlagen im Versicherungsgeschäft



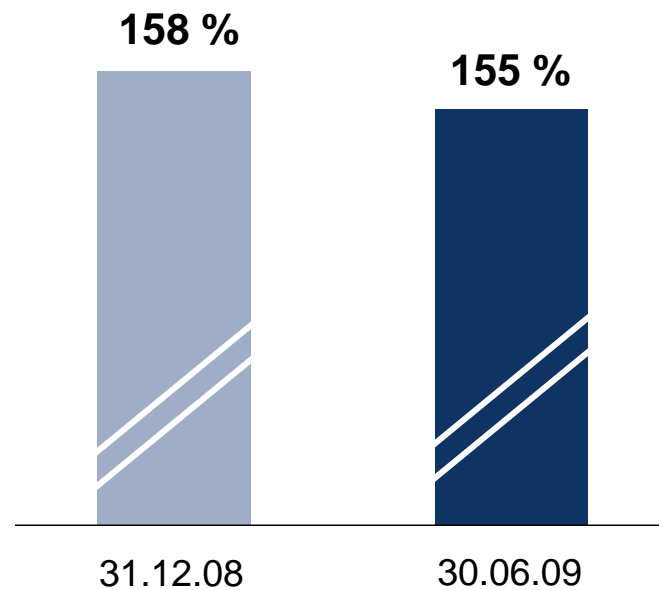
Eigenkapital und Solvenz

Mio. CHF (Basis: IFRS)

Eigenkapital (vor Minderheitsanteilen)



Gruppensolvabilität



Agenda



- | | |
|---|----------------------|
| 1. Übersicht | Bruno Pfister |
| 2. Ergebnisse | Thomas Buess |
| 3. Konzernstrategie und Massnahmen | Bruno Pfister |
| 4. Massnahmen in der Schweiz | Ivo Furrer |
| 5. Ausblick | Bruno Pfister |

Strategie: Pensions Leadership

Mission

Wir engagieren uns, damit Menschen in eine finanziell sichere Zukunft blicken können. Ein Leben lang.

Ambition

Wir wollen der führende internationale Spezialist für Lebensversicherungen und Vorsorgelösungen sein.

Werte

Expertise, Nähe, Offenheit, Klarheit und Engagement

Fokus auf finanzielle
Vorsorge

Fokus auf
Wachstumschancen

Fokus auf funktionale
Optimierung

Das Commitment der Mitarbeitenden fördern

Umsetzung der Strategie mit vier Grundpfeilern

	Bisherige Erfolge	Zukünftige Richtung
Kundennutzen und Profitabilität erhöhen	<ul style="list-style-type: none">✓ Neue, nicht traditionelle Produkte auf allen Märkten lanciert	<ul style="list-style-type: none">● Kundennutzen erhöhen● Produktprofitabilität steigern
Vertriebskraft steigern	<ul style="list-style-type: none">✓ Vertriebsorganisation auf allen Märkten verstärkt	<ul style="list-style-type: none">● Aussendienst CH optimieren● Gesamtes AWD-Potenzial nutzen● Vertriebsmix diversifizieren
Effizienz und Effektivität verbessern	<ul style="list-style-type: none">✓ Straffung des Hauptsitzes auf Kurs¹⁾✓ Konsolidierung der IT-Funktionen in der Schweiz	<ul style="list-style-type: none">● Gruppenweite Verbesserungen fortsetzen● Sparziel bis 2012: CHF 350 bis 400 Mio.
Bilanz stärken	<ul style="list-style-type: none">✓ Risiken im Investmentportfolio reduziert; mit limitiertem „downside“	<ul style="list-style-type: none">● Risikofähigkeit weiter ausbauen und Überschussreserven stärken

1) Kosteneinsparungen von CHF 90 Mio. bis 2012, im November 2008 angekündigt

Senkung des negativen Kostenergebnisses bis 2012

Ausgangslage

- **Signifikantes Kostendefizit in allen Versicherungseinheiten**
- **Externe Vergleiche zeigen Kostennachteil von CHF 250 Mio. bis CHF 350 Mio.**
- **Enttäuschender Beitrag von AWD**

Gruppenweites Sparziel bis 2012

Gruppenweite Sparmassnahmen von CHF 350 Mio. bis CHF 400 Mio. bis 2012 (Basis 2008)

- **Markt Schweiz: CHF 188 Mio.**
- **AWD: CHF 95 Mio.**

AWD: Fortschritte bei der Strategieumsetzung

Strategische Ziele

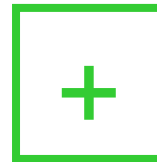
Swiss Life ist Best-Select-Anbieter

Erhöhte Vertriebskraft in den Kernmärkten,
mit Zugang zu neuen Märkten

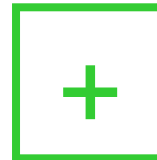
Verbessertes Marktwissen, insbesondere
mit nicht traditionellen Produkten

Zusätzliche Wertschöpfung und Erträge –
stark wachsende, lokale Erträge und
Synergien

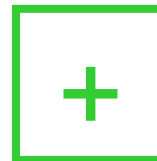
Fortschritte



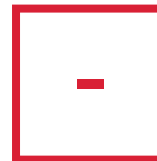
**Zahlreiche Swiss Life-
Produkte haben „best select“
Status erreicht**



**Zugang zu AWD-Beratern, mit
stark steigenden Volumina**

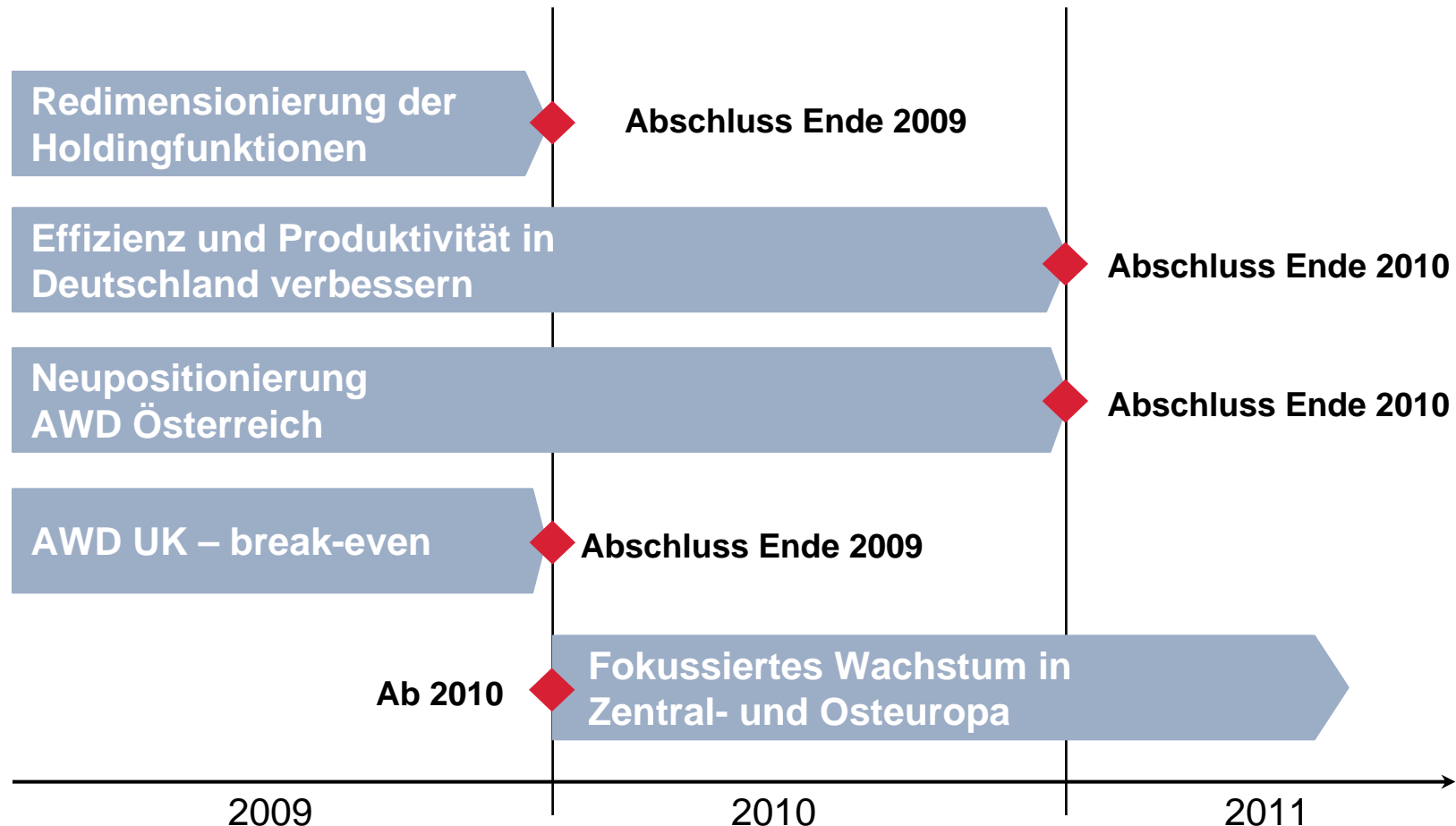


**Mit Marktwissen von AWD
drei LV-Produkte entwickelt
und lanciert**



**Massnahmenpaket einge-
leitet, um wieder nachhaltige
Ergebnisse zu erzielen**

AWD: Meilensteine für nachhaltige Ergebnisse

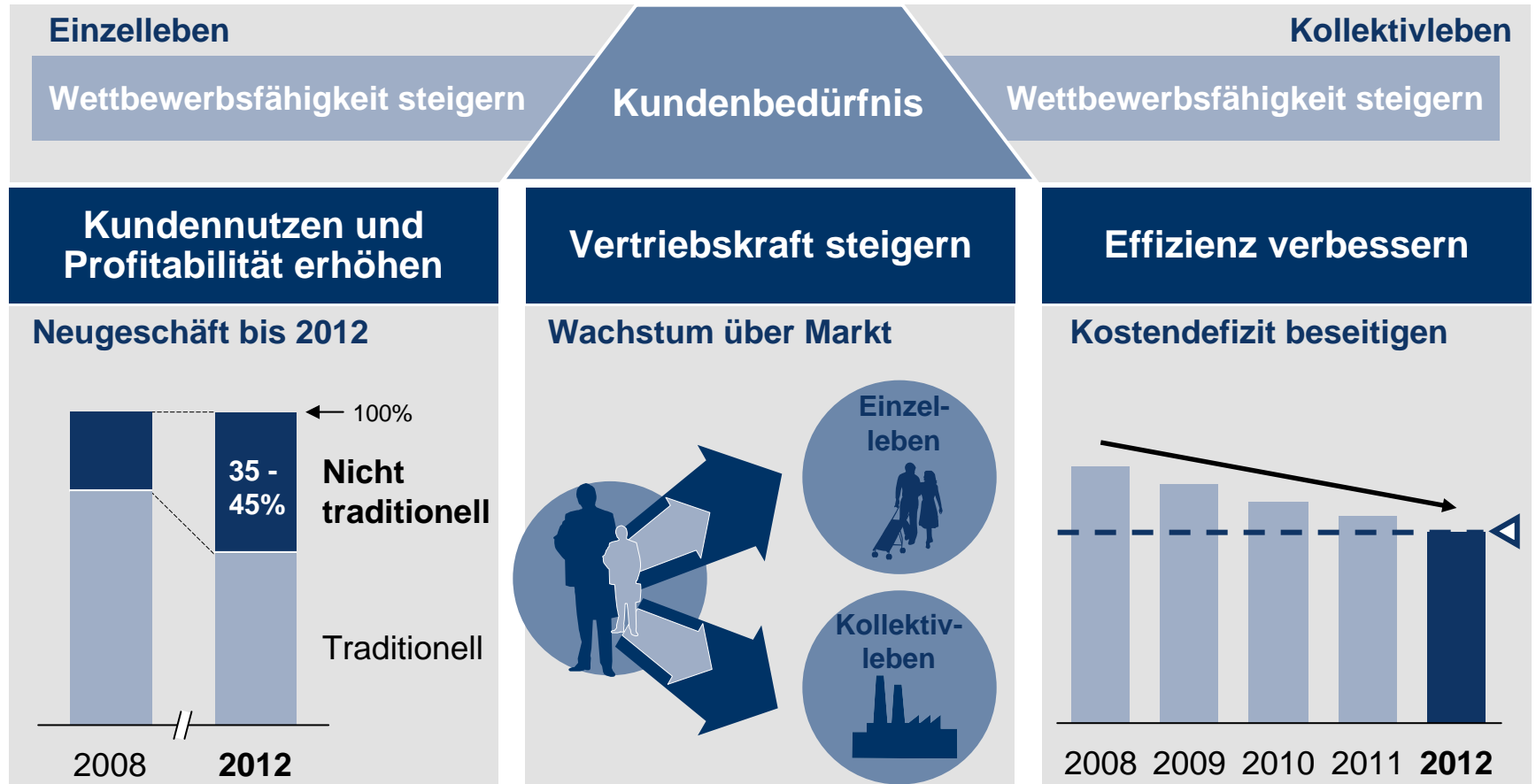


Agenda



- | | |
|-------------------------------------|-------------------|
| 1. Übersicht | Bruno Pfister |
| 2. Ergebnisse | Thomas Buess |
| 3. Konzernstrategie und Massnahmen | Bruno Pfister |
| 4. Massnahmen in der Schweiz | Ivo Furrer |
| 5. Ausblick | Bruno Pfister |

Umsetzung der Strategie



Profitables Wachstum zur Stärkung der Marktposition

An bewährter Produktstrategie festhalten

Produkte Einzelleben

- Die 2009 gestartete stetige Entwicklung neuer Produkte weiterführen
- Produktpalette durch neue, flexiblere Produkte verbessern

Produkte Kollektivleben

- Bis 2010 alternative Lösungen zur Vollversicherung anbieten
- Bis 2010 Beratung zu massgeschneiderten Lösungen für komplexere Kundensegmente anbieten

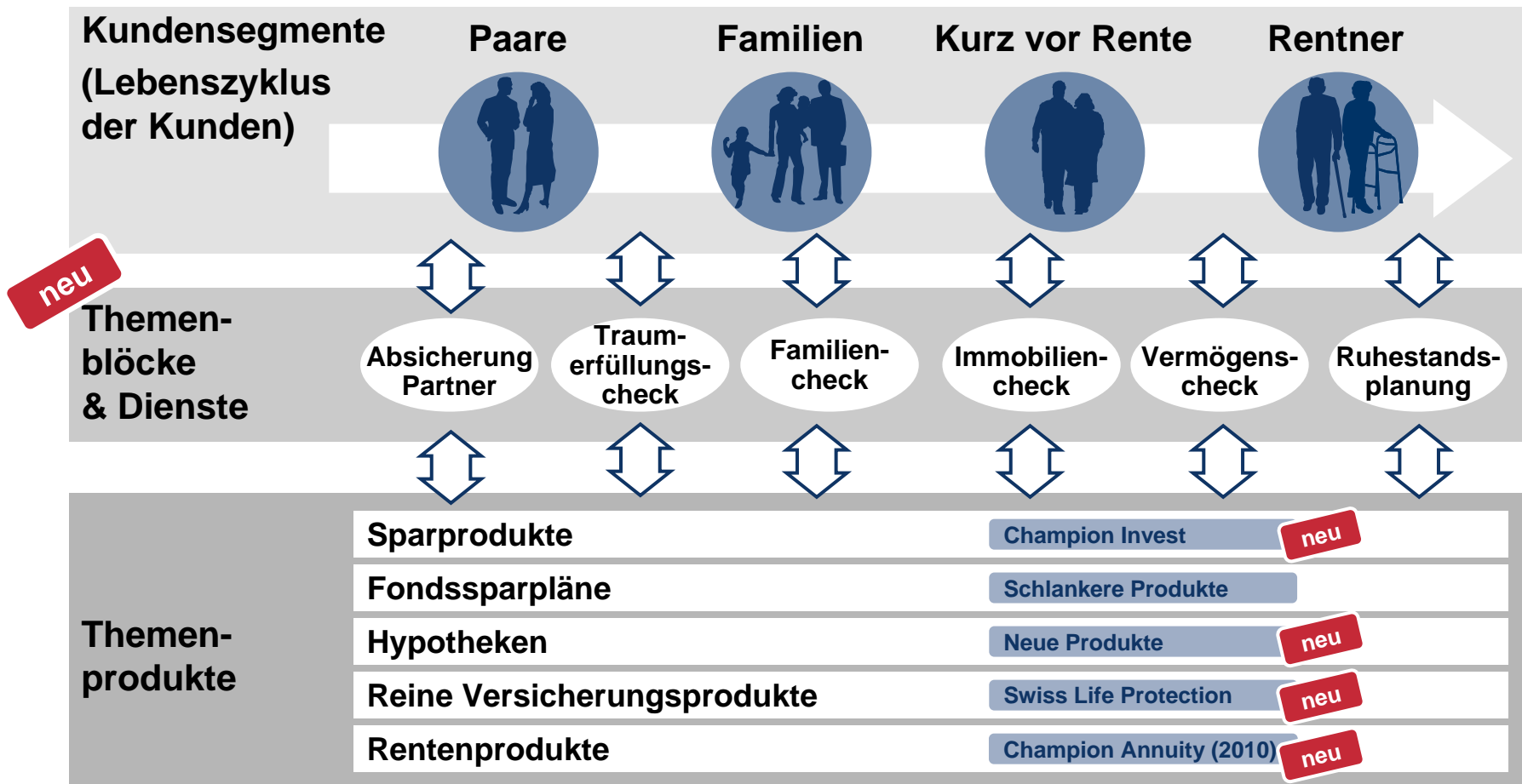
Flexibilität der
Lösungen erhöhen

Verlagerung zu
nicht traditionellen
Produkten
ankurbeln

Position
als führender
Vorsorgeanbieter
stärken

Auf Kundenbedürfnisse ausgerichtete breitere Produktpalette

Einzelleben: Ausrichtung auf Kundenthemen



- Meilensteinplan gibt Verbesserungen in den Kundensegmenten vor
- Anteil nicht traditioneller Produkte am Neugeschäft 60–80% bis 2012

Kollektivleben: Standardlösungen und Lösungen nach Mass

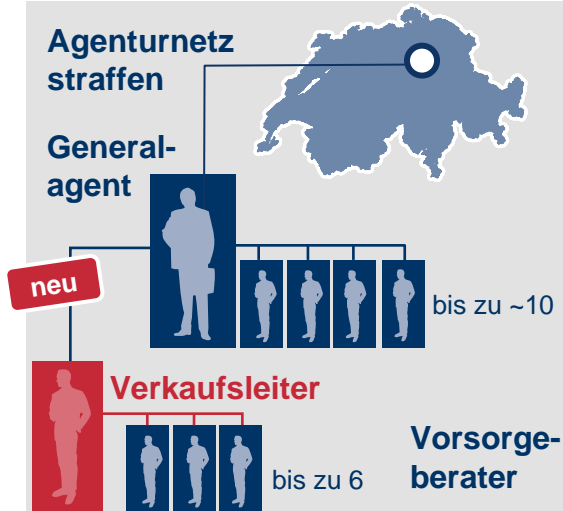
Unternehmensgrösse		Kleine Unternehmen (< 50 Mitarbeitende)	Mittlere Unternehmen (50–200 Mitarbeitende)	Grosse Unternehmen (> 200 Mitarbeitende)
		Art der Einrichtung		
Swiss Life SSt.				
Verbandsvorsorge				
Firmeneigene Stiftung				

Lösung		Standard		massgeschneidert		
		Standardprodukte (alternative Lösungen)		Massgeschneiderte Lösungen (modulare Deckung)		
Anlage		Vollversicherungs-lösungen	Teil-autonome Lösung <i>neu</i>	Anlageberatung		
Risiko						
Beratung						PK-Beratung <i>neu</i>
Durchführung					Pensionskassenverwaltung	

- Modulare Lösung als Alternative zur Vollversicherung
- Neue Produkte und Lösungen decken mehr Kundenbedürfnisse

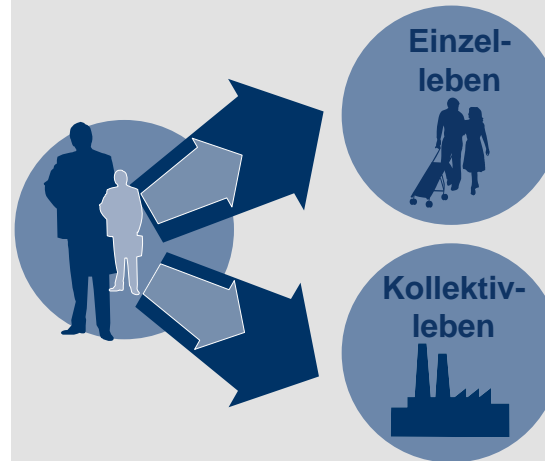
Aussendienst: Vertriebsstruktur optimieren

Organisation anpassen



- Generalagenturen von 58 auf 42 reduzieren
- 50 neue Verkaufsleiter bestimmen
- Verkaufskraft der 700 Vorsorgeberater beibehalten

Marktbearbeitung



- Verkaufsprozess weiter optimieren
- Kundenbeziehungen festigen
- Nicht traditionelles Geschäft erhöhen

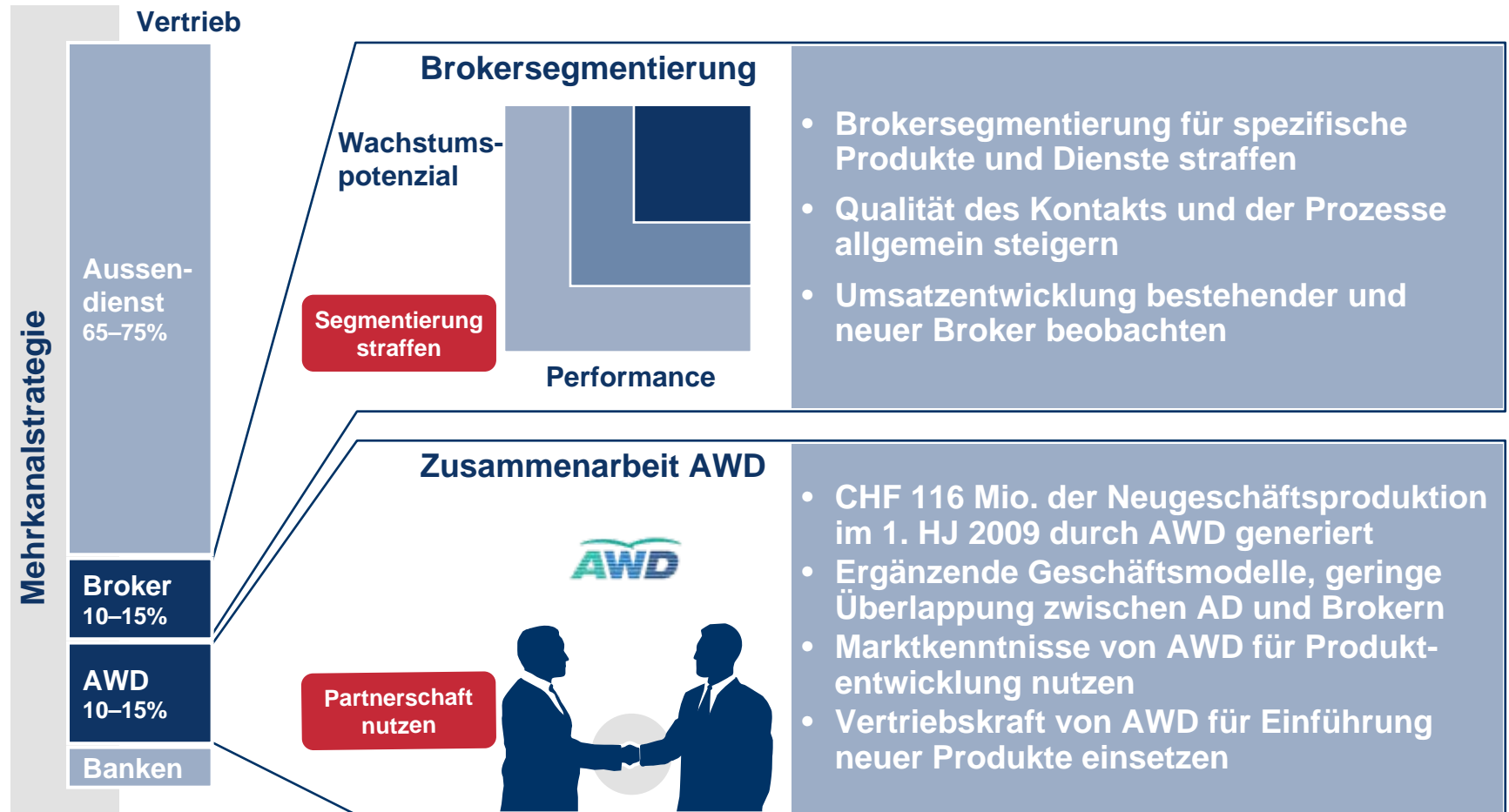
Prozesse und Kompetenzen



- Kundenerfahrungen nachhaltig steigern
- Wiederanlagequote auf >30% erhöhen
- Vertrieb KV neu ausrichten

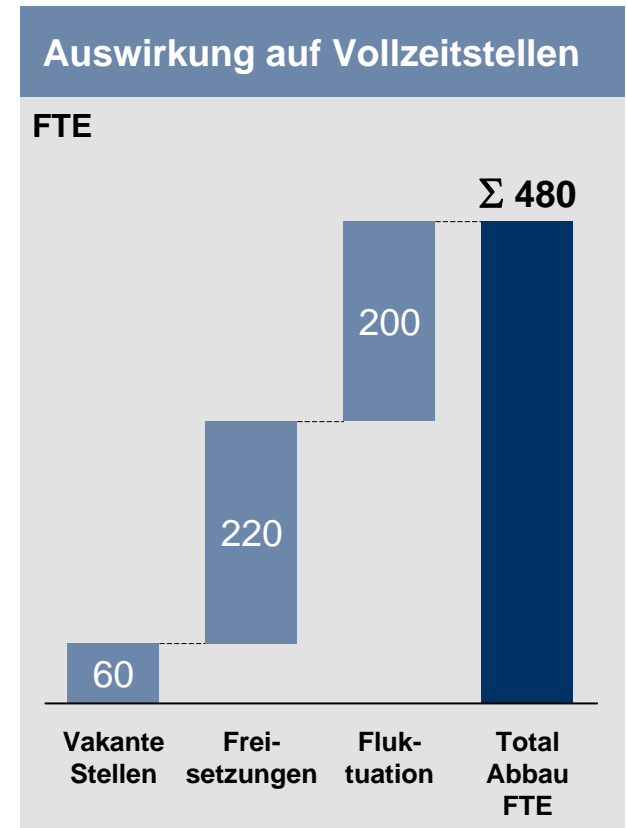
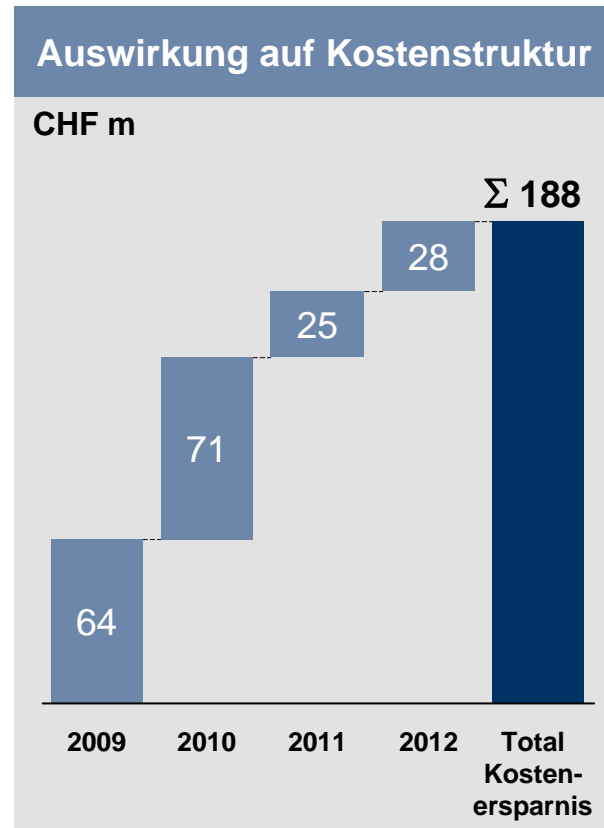
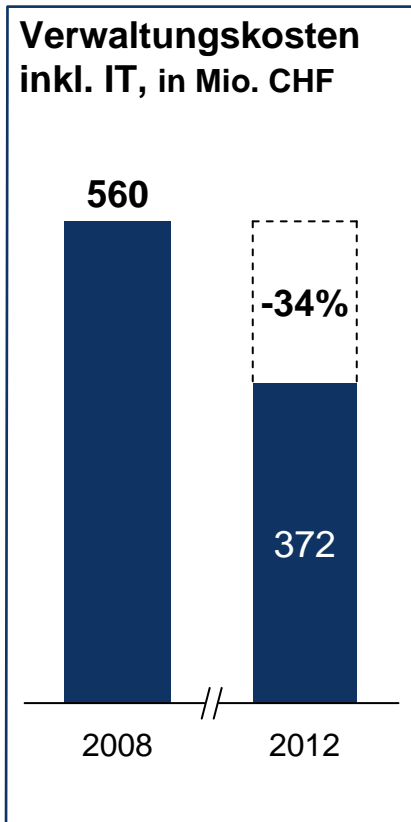
Wir verbessern unsere Kundenerfahrungen und die Dienstleistungsqualität in allen Kundensegmenten

Mehrkanalstrategie: Zusammenarbeit mit Brokern und AWD vorantreiben



- Spezieller Fokus auf Broker mit hoher Ausschöpfung des Kundenpotenzials
- Enge Zusammenarbeit mit AWD fördern und Partnerschaft nutzen

Kostensituation: bis 2012 ausgeglichenes Kostenergebnis



Kostensenkungen bisher nachweislich gut – ausgewogenes Kostenergebnis erfordert jedoch striktes Massnahmenmanagement

Wie geht es für betroffene Mitarbeitende weiter?

1 Persönliche Betreuung

- Transfer in den Verantwortungsbereich von HR Advisory Services
- Beratung und Begleitung durch einen persönlichen HR Advisor während 4 bzw. 7 Monaten

2 Begleitprogramm „Berufliche Neuorientierung“

- Coaching
- Standort- / Potenzialanalyse
- Überarbeitung Bewerbungsunterlagen
- Interviewtrainings
- Optimierung Such- und Bewerbungsstrategie

3 Konzentration auf Stellensuche

- Freistellung von allen bisherigen Aufgaben
- Ausschliessliche Konzentration auf Stellensuche
- Nutzung der Büro-Infrastruktur und technischer Hilfsmittel während der Neuorientierung

4 Flexibler Austritt

- Ist die berufliche Neuorientierung und Stellensuche vor Ablauf der Kündigungsfrist erfolgreich, wird ein vorzeitiger Austritt aus dem Arbeitsverhältnis flexibel und kulant gehandhabt

Agenda



- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| 1. Übersicht | Bruno Pfister |
| 2. Ergebnisse | Thomas Buess |
| 3. Konzernstrategie und Massnahmen | Bruno Pfister |
| 4. Massnahmen in der Schweiz | Ivo Furrer |
| 5. Ausblick | Bruno Pfister |

- **Operative Performance verbessern**
- **Stabile Kapitalisierung nach dem zweiten Jahr der Finanzkrise**
- **Aufgaben**
 - **Vertrieb in der Schweiz optimieren**
 - **Substanzielle Kostensenkungen weiterführen**
 - **AWD: Potenzial nutzen und Ziele erreichen**
- **Start eines gruppenweiten Programms zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Profitabilität**



Anhang (nur in Englisch)

Supplementary information

1. Profit and loss

2. Balance sheet

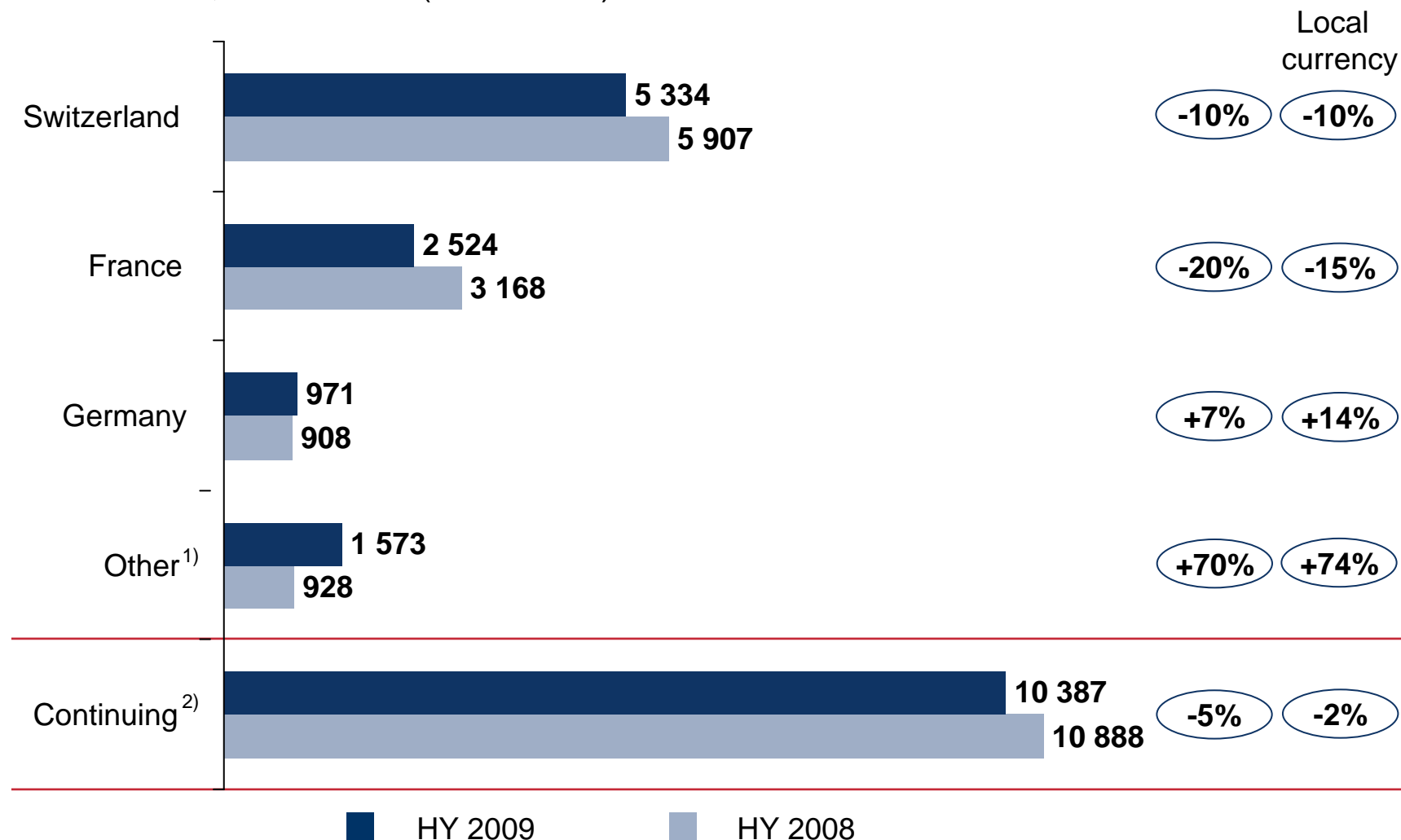
3. Investments

4. Market consistent embedded value (MCEV)

5. Contact details and financial calendar

Premium growth

GWP & PHD; CHF million (IFRS basis)



1) Includes PPLI, Corporate Solutions, Swiss Life Products and Payment Protection Insurance (PPI)

2) Total includes inter-segment eliminations of CHF -15 m in HY09 and CHF -23 m in HY08

Switzerland: Life insurance premiums



CHF million (IFRS basis)

	HY 2009	HY 2008	Change
Total life GWP incl. PHD	5 334	5 907	-9.7%
Single premiums	2 225	2 737	-18.7%
Periodic premiums	3 063	3 121	-1.9%
Reinsurance premiums assumed	46	49	-5.1%
Group life	4 578	5 147	-11.1%
Single premiums	1 948	2 465	-21.0%
Periodic premiums	2 630	2 682	-1.9%
Individual life	756	760	-0.5%
Single premiums	277	272	1.5%
Periodic premiums	479	488	-1.8%

Operating result

Segment results; CHF million (IFRS basis)

	HY 2009	HY 2008
Insurance (Continuing)	280	218
of which		
- Switzerland	193	120
- France	70	100
- Germany	31	19
- Other	-14	-21
Investment Management	35	48
AWD	-28	5
Insurance & Banking (Discontinued)	-33	1 693
Other & eliminations	-4	-7
Unallocated corporate costs	-32	-28
Result from operations	218	1 929
of which continuing	251	227

Reconciliation AWD segment result to AWD EBIT

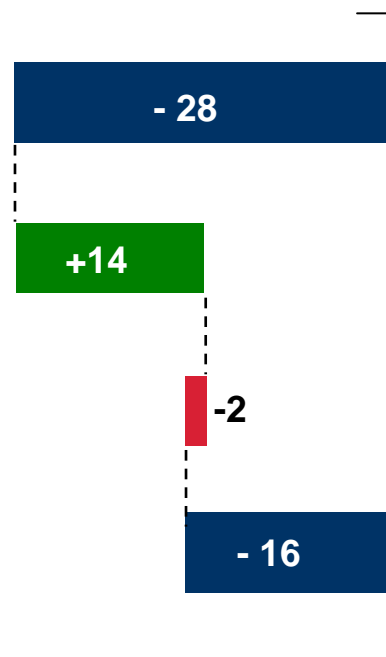
CHF million (IFRS basis), AWD stand-alone

AWD segment result HY 2009

+ Amortisation customer relationship asset

- Financial result AWD HY 2009

EBIT AWD HY 2009 ¹⁾



1) EBIT AWD HY 2009: EUR -10.3 million

Supplementary information

1. Profit and loss

2. Balance sheet

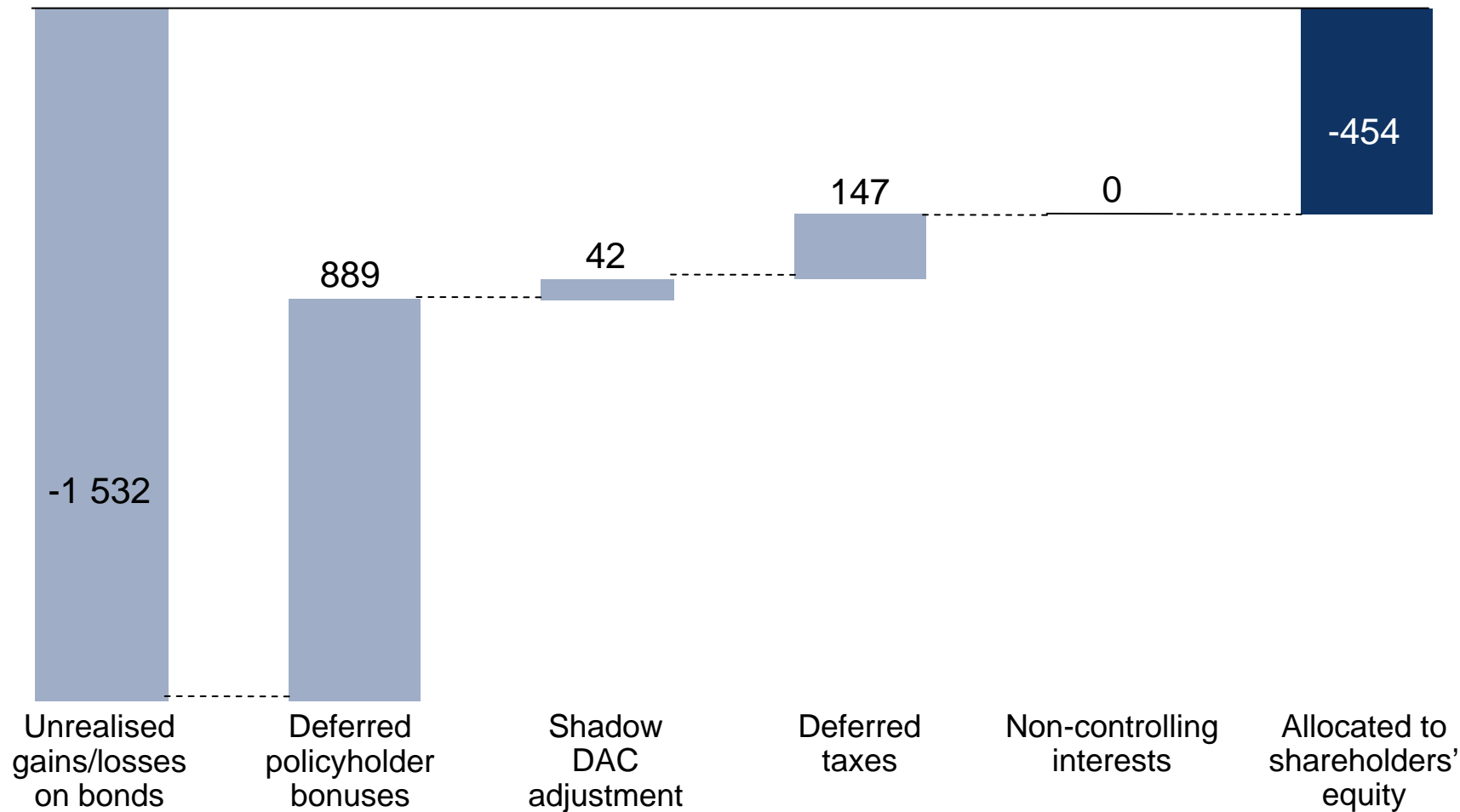
3. Investments

4. Market consistent embedded value (MCEV)

5. Contact details and financial calendar

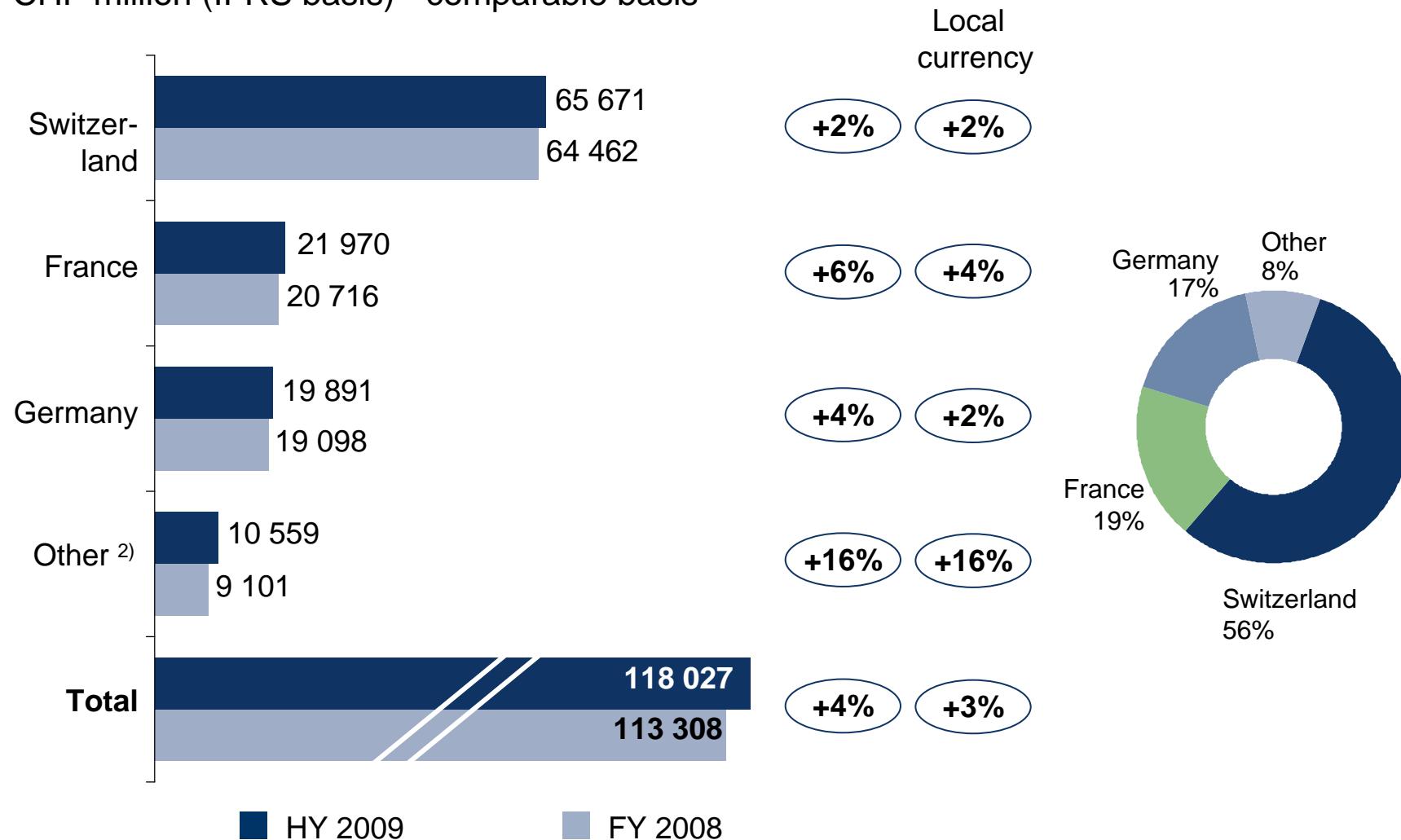
Allocation of unrealised gains/losses on bonds

CHF million (IFRS basis)



Insurance reserves by country

CHF million (IFRS basis) - comparable basis ¹⁾

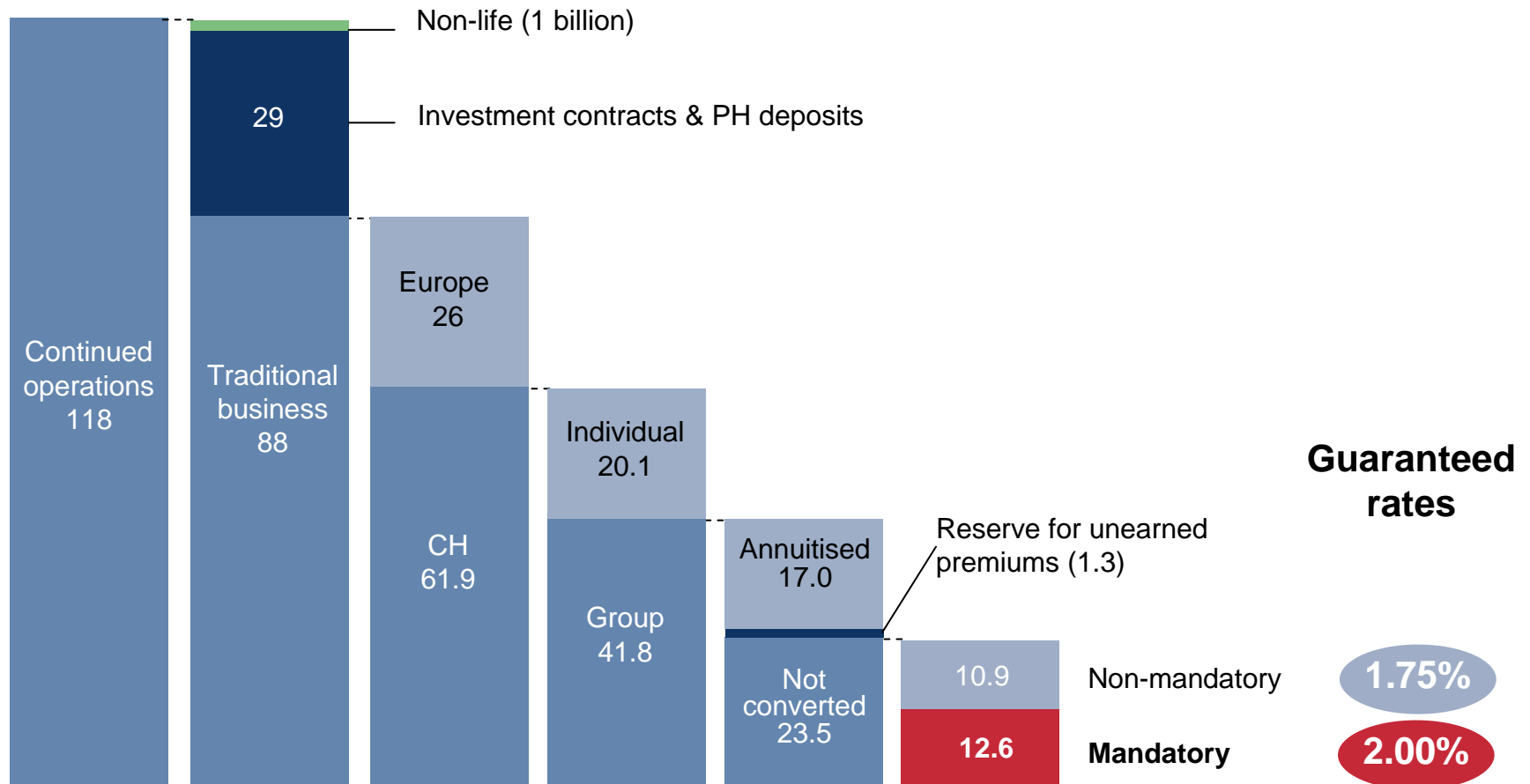


1) Total includes intersegment eliminations of CHF -64 m in 2009 and CHF -69 m in 2008

2) Includes PPLI, Corporate Solutions, SL Products and Payment Protection Insurance (PPI)

Swiss Life Group reserves subject to BVG minimum interest rates

Breakdown of insurance reserves (incl. unit-linked) as per 30.06.2009;
CHF billion (IFRS basis)



Average technical interest rate

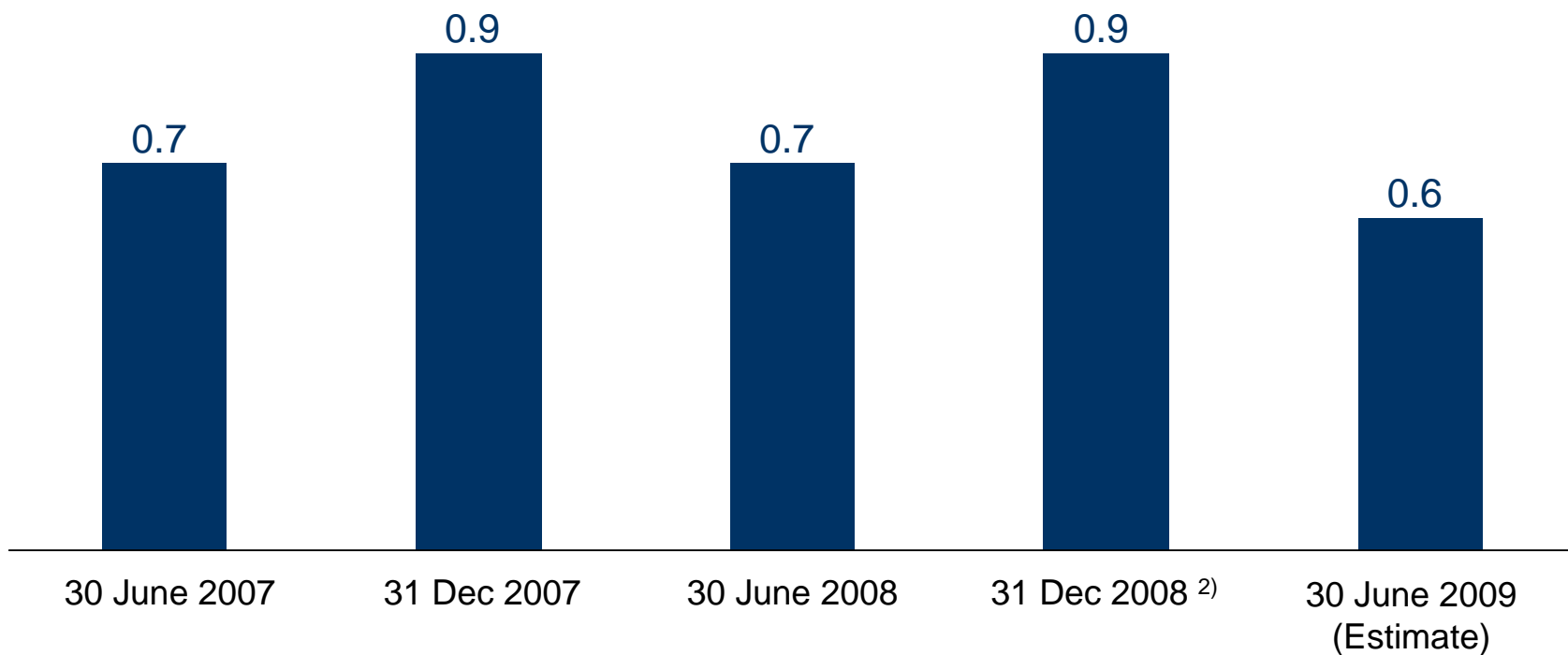
CHF / EUR / USD / GBP million (statutory basis)

	CHF	EUR	USD	GBP
Total reserves	63 709	22 833	96	8
Average technical interest rate	2.51%	2.93%	4.01%	3.58%

Overall: **2.66%**
 (31.12.2008: 2.66%)

Duration gap

Total weighted duration gap ¹⁾ in %



1) Explains the relative change in economic net worth due to an interest rate increase of 100 basis points in percentage of the present value of the liabilities

2) Restatement due to bi-annual full liability projection

Group solvency

CHF million (IFRS basis)

	30.06.2009	31.12.2008
Available solvency margin		
IFRS equity (incl. minority interests)	6 792	6 652
Eligible part of hybrid capital ¹⁾	2 406	2 323
Unattributed surplus	801	811
Goodwill and other intangible assets	-2 245	-2 205
DAC non-life	-53	-55
Dividends and par value reduction	-215 ²⁾	-152
Tax losses	-20	-14
Total available solvency margin	7 466	7 360
Total required solvency margin	4 811	4 646
Solvency ratio	155%	158%

1) Limited to 50% of the required solvency margin

2) Dividend HY 2009 includes 2008 dividend (payment 27 July 2009) as well as 40% of HY 2009 net profit

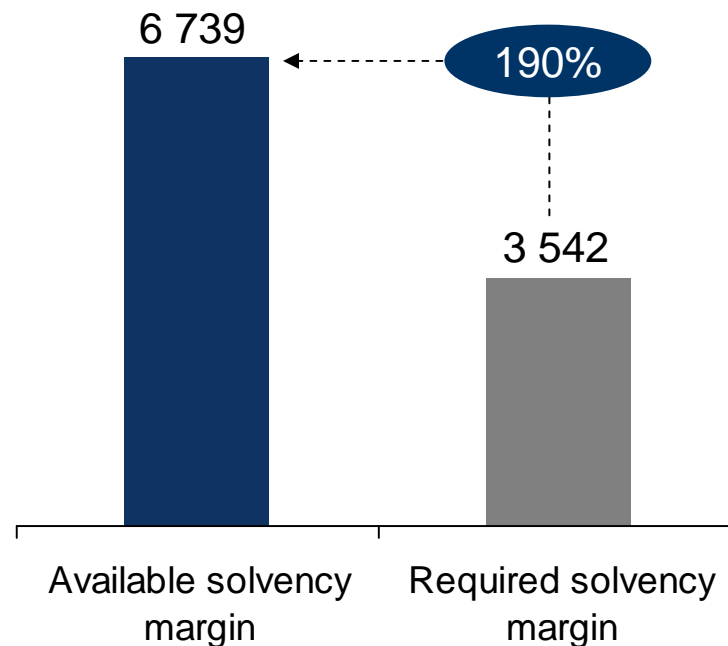
Statutory solvency 30.06.2009

CHF million (statutory basis)

Available solvency margin

Parent company statutory equity	1 870
Intangibles	-5
Eligible part of hybrid capital ¹⁾	1 771
Fund for future appropriation	151
Additional Zillmerisation	451
Unrealised capital gains	1 937
Unattributed surplus	564
Total available solvency margin	6 739

Statutory solvency



1) Limited to 50% of the required solvency margin

Supplementary information

1. Profit and loss

2. Balance sheet

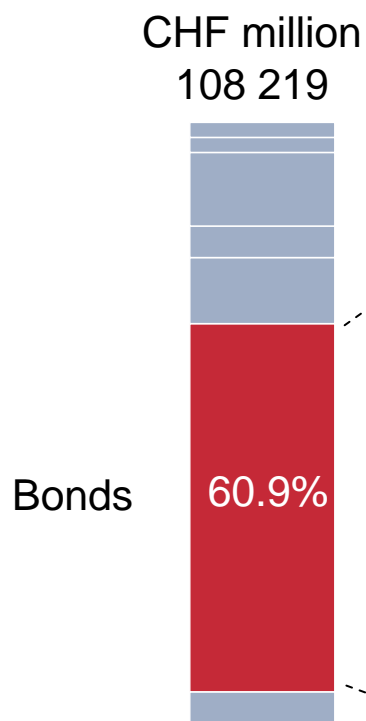
3. Investments

4. Market consistent embedded value (MCEV)

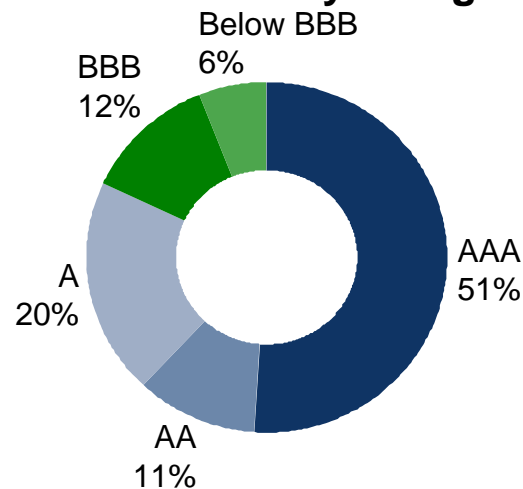
5. Contact details and financial calendar

Bond portfolio: Ratings and classification

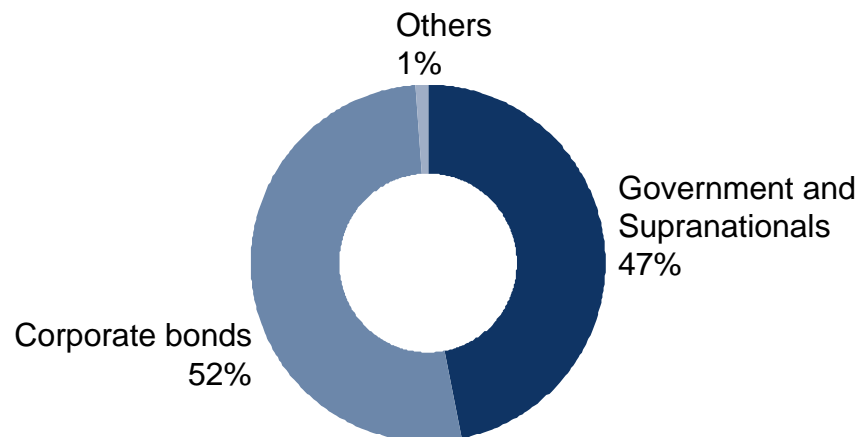
Insurance portfolio (fair value basis)



Breakdown by rating

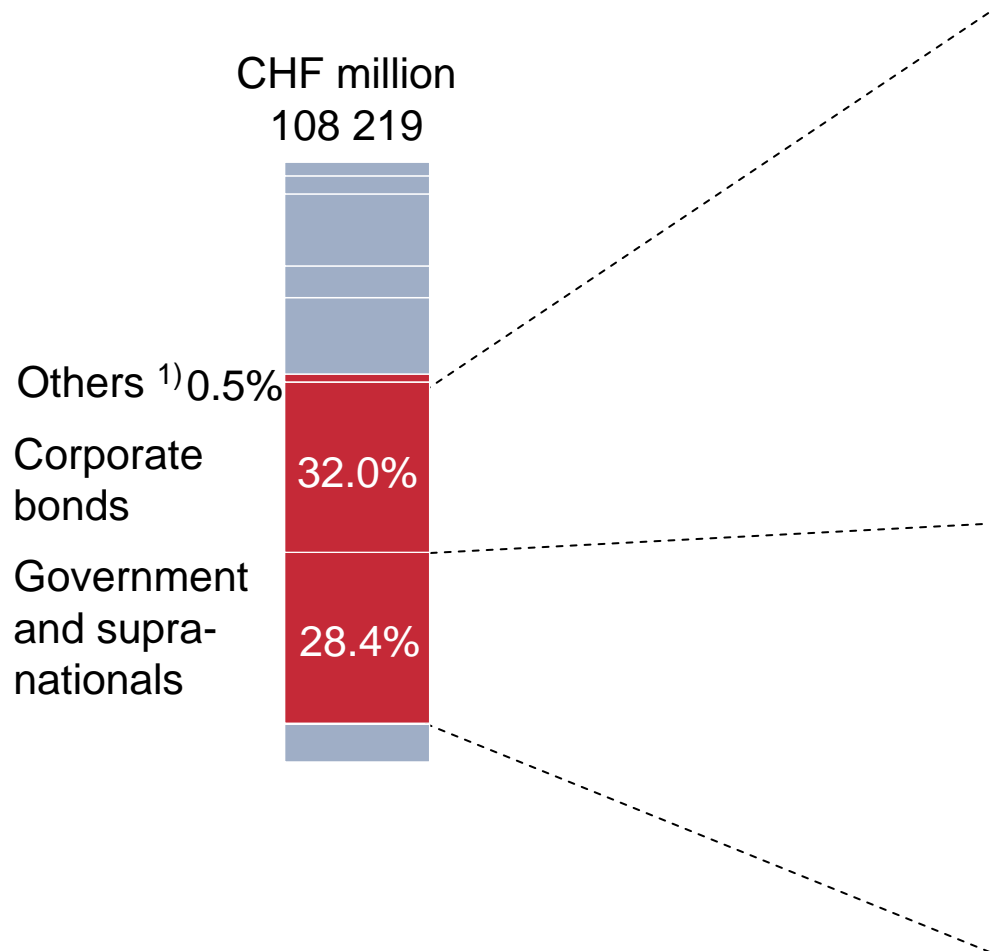


Breakdown by classification

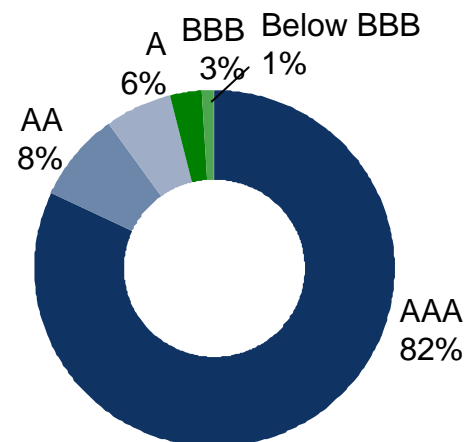
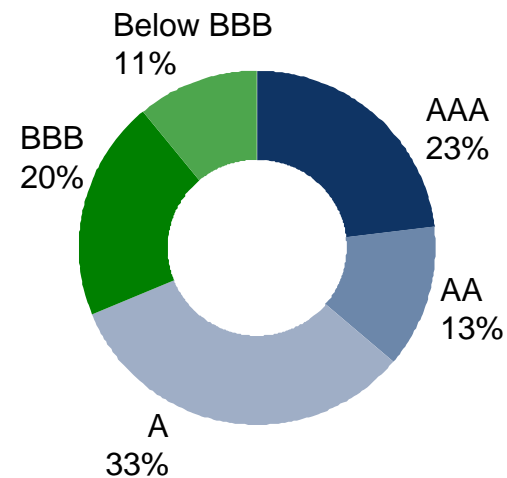


Bond portfolio

Insurance portfolio (fair value basis)



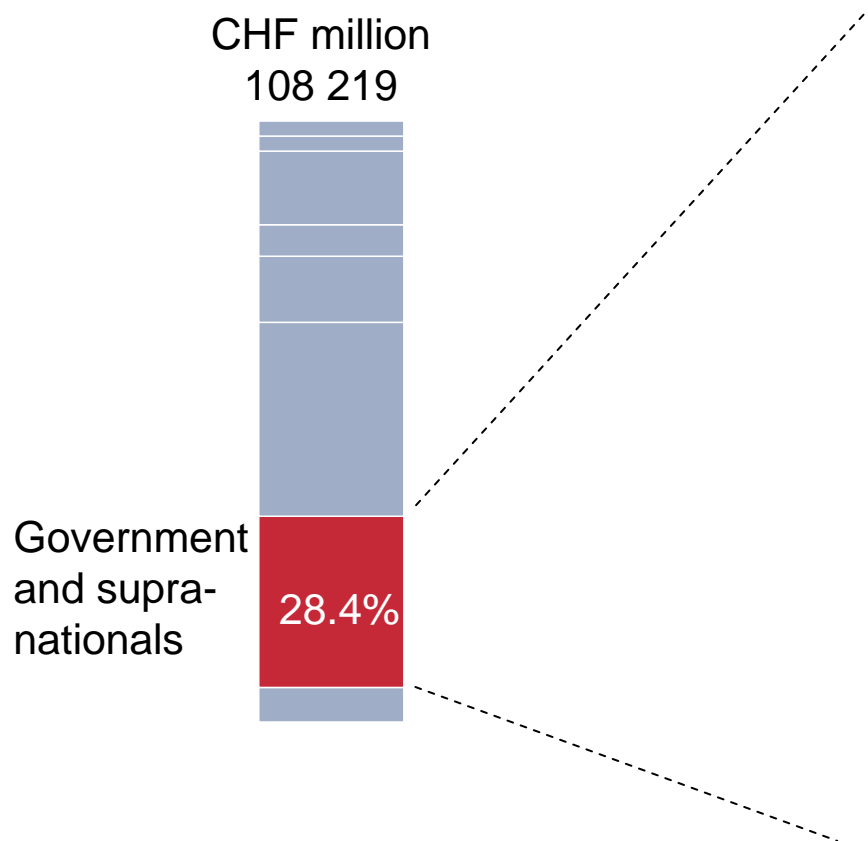
Ratings



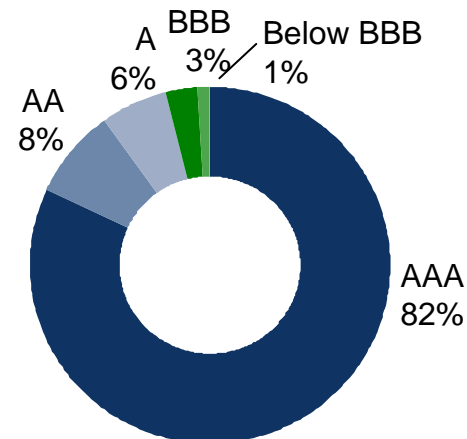
1) Exposure to CDO/CLO, ABS, MBS, etc.

Government and supranational bond portfolio: Ratings and currency

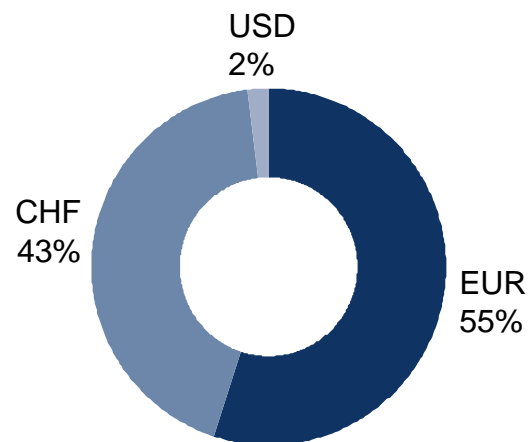
Insurance portfolio (fair value basis)



Breakdown by rating

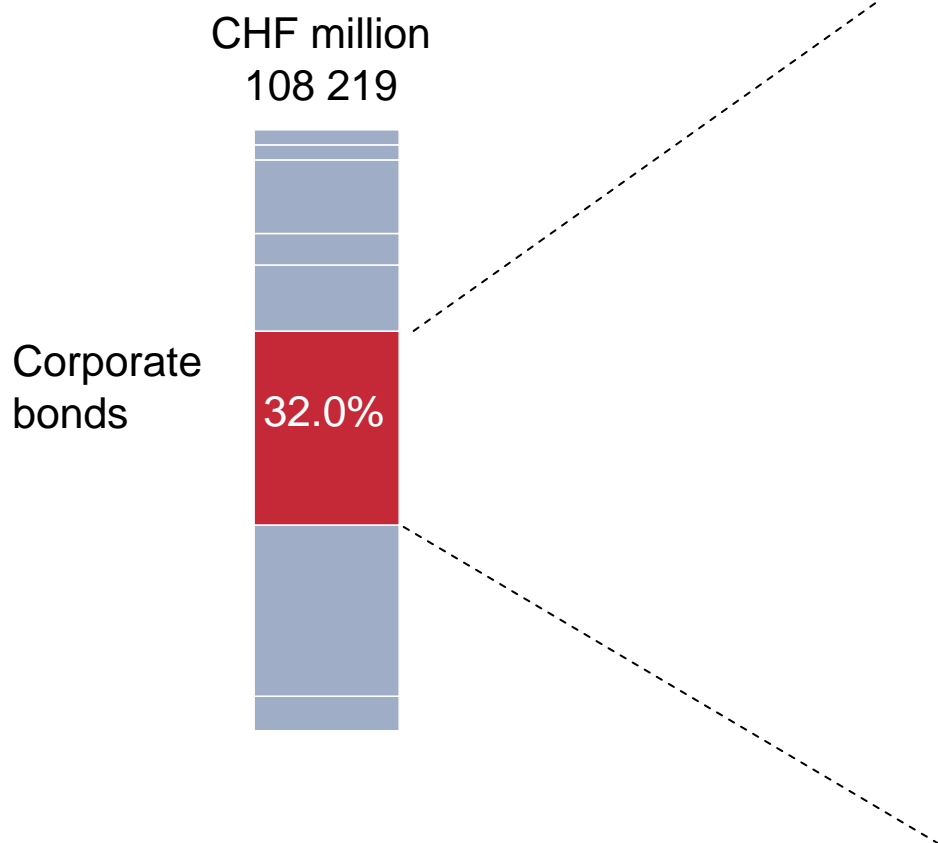


Breakdown by currency

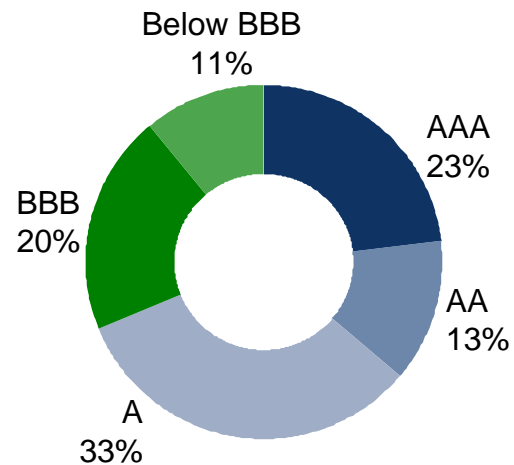


Corporate bond portfolio: Ratings and currency

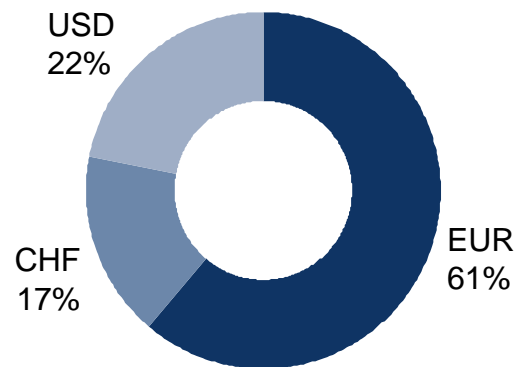
Insurance portfolio (fair value basis)



Breakdown by rating



Breakdown by currency



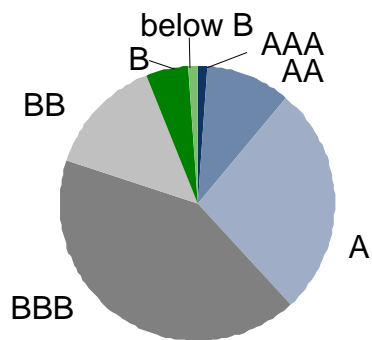
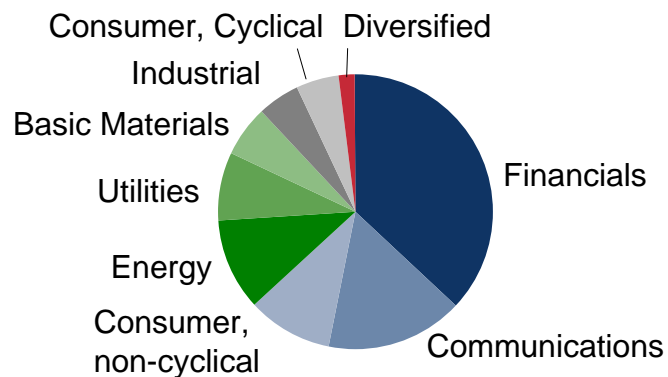
Corporate bond portfolio: Characteristics

30 June 2009

Loans (Duration: 6.1)

IFRS Book Value: CHF 15 322 million

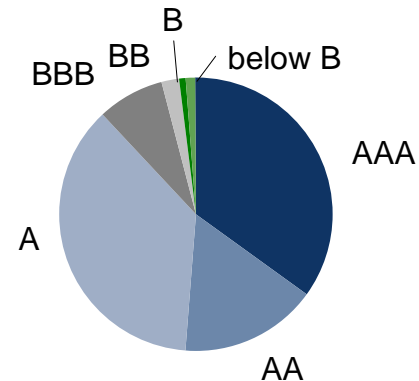
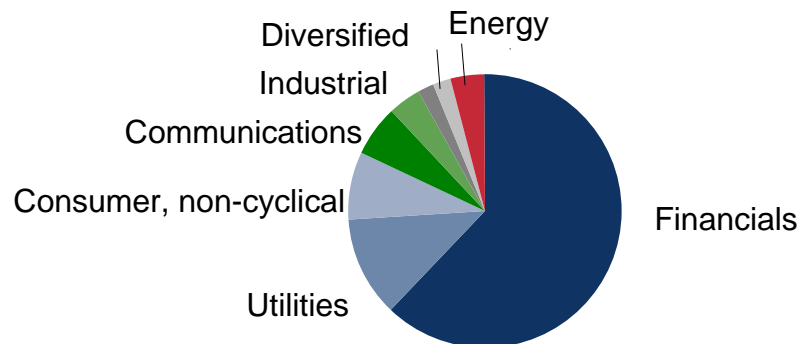
Fair Value: CHF 14 363 million
of which Tier 1-Bank Bonds: CHF 764 million (5.3%)



Available for sale (Duration: 5.6)

IFRS Book Value: CHF 18 742 million

Fair Value: CHF 18 742 million
of which Tier 1-Bank Bonds: CHF 188 million (1.0%)



Exposure to CDO/CLO, ABS, MBS, etc.

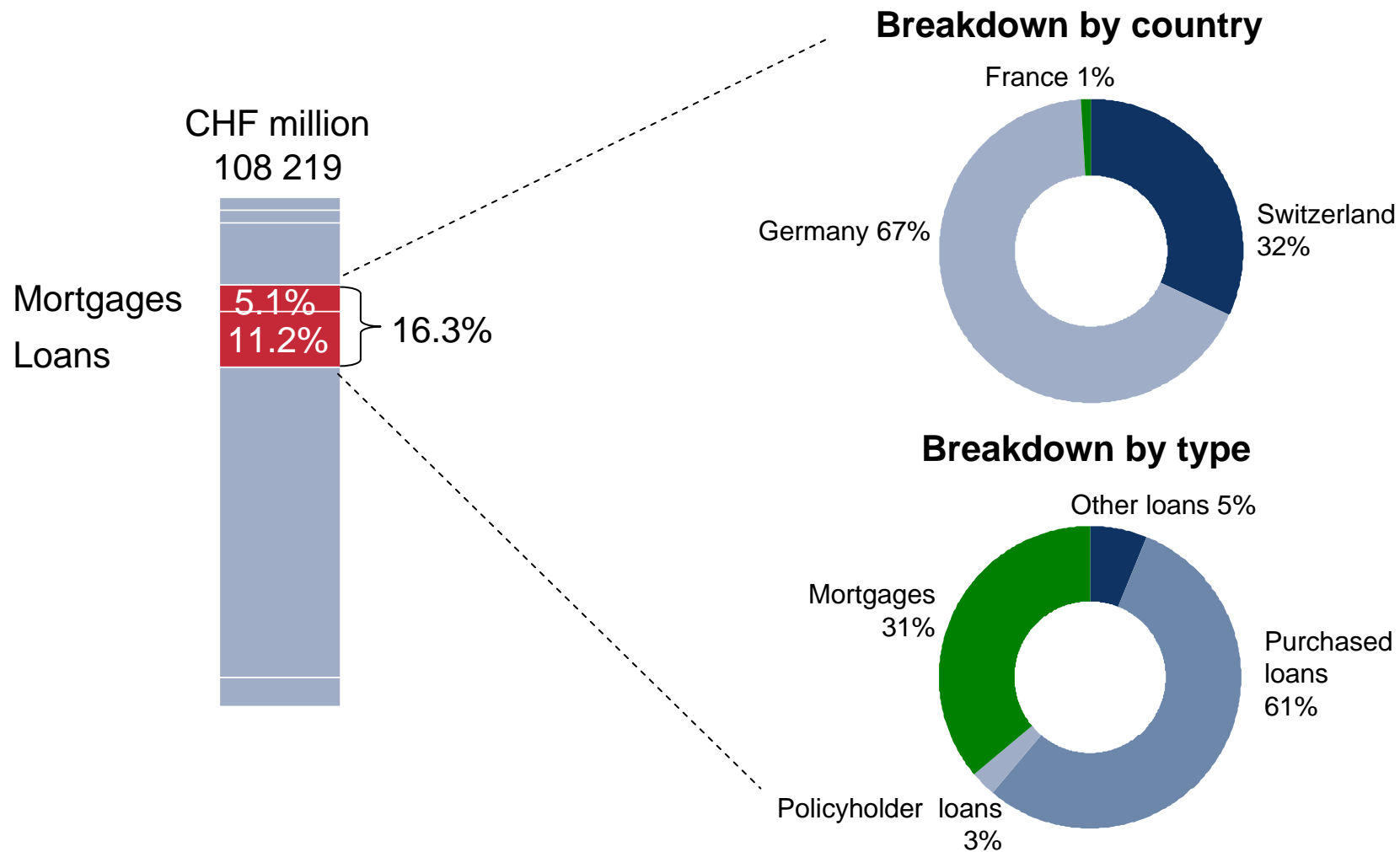
Insurance portfolio (fair value basis), as of 30.06.2009

Category	Fair value CHF m	Ratings					Year of maturity, percent		
		AAA	AA	A	BBB	Below BBB or unrated	2009	2010– 2012	After 2012
CDO/CLO ¹⁾	144	84%	0%	0%	0%	16%	71%	22%	7%
<i>With ABS collateral</i>	30	65%	0%	0%	0%	35%	0%	65%	35%
<i>Corporates</i>	114	89%	0%	0%	0%	11%	89%	11%	0%
ABS	324	60%	0%	5%	35%	0%	12%	31%	57%
<i>Credit Cards</i>	193	100%	0%	0%	0%	0%	21%	52%	27%
<i>Others</i>	131	0%	0%	13%	86%	1%	0%	1%	99%
RMBS	69	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
Total	537	71%	0%	3%	21%	5%	26%	25%	49%

1) CDO, CLO, ABS, MBS: note volume with US subprime and Alt-A components less than CHF 6 m

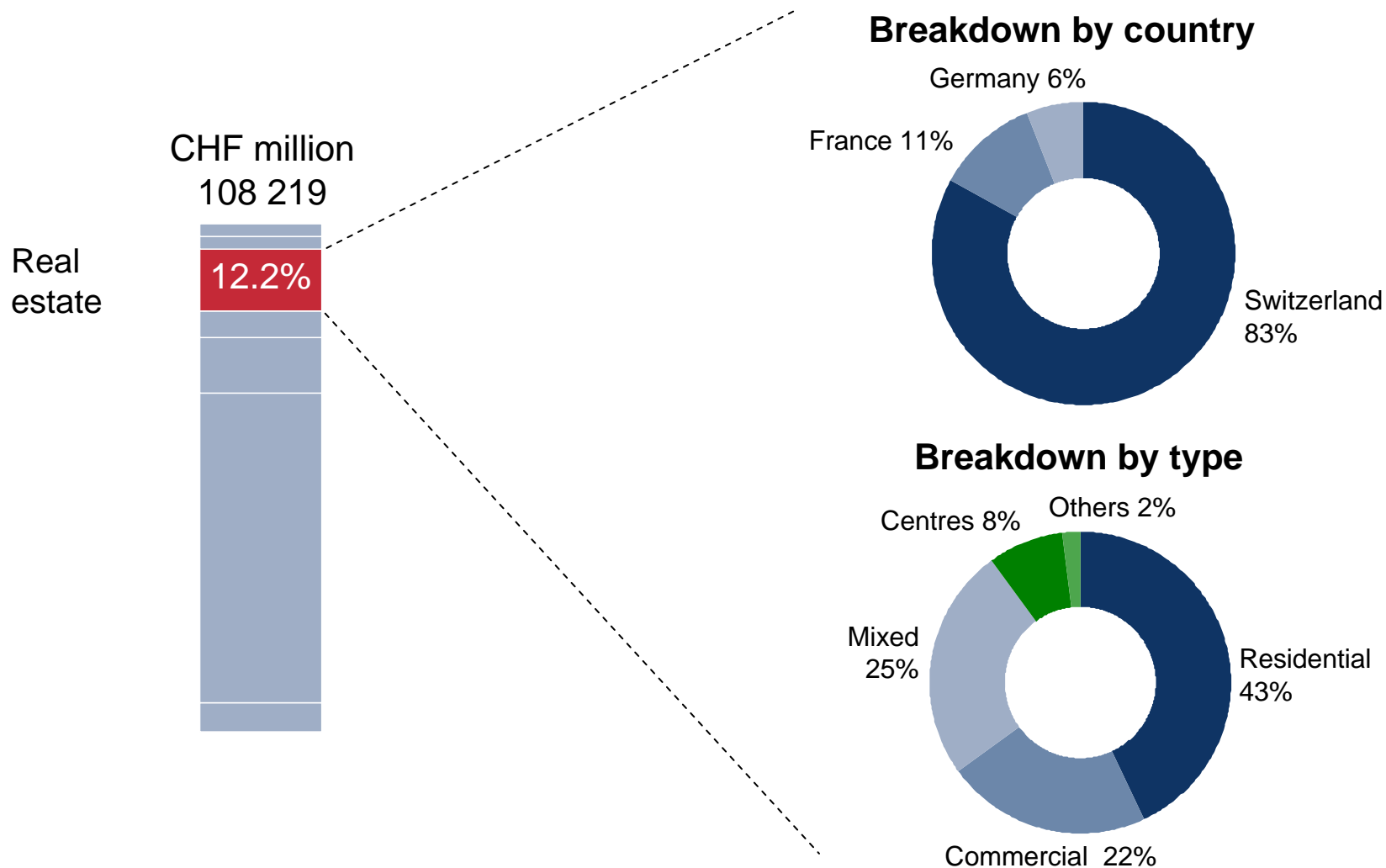
Loan and mortgage portfolio

Insurance portfolio (fair value basis)



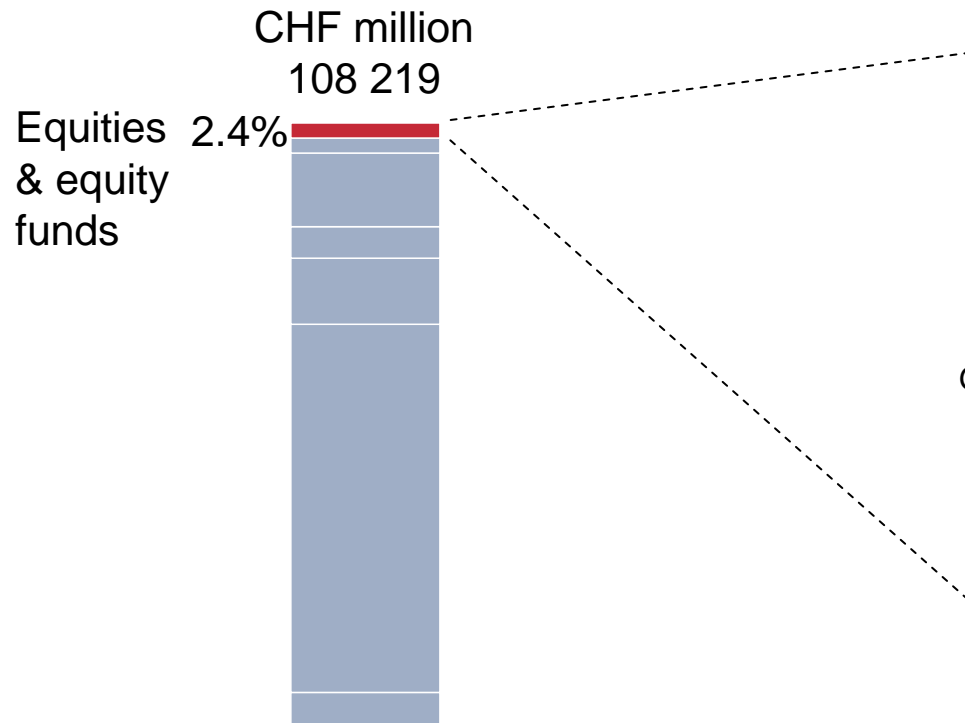
Real estate portfolio

Insurance portfolio (fair value basis)

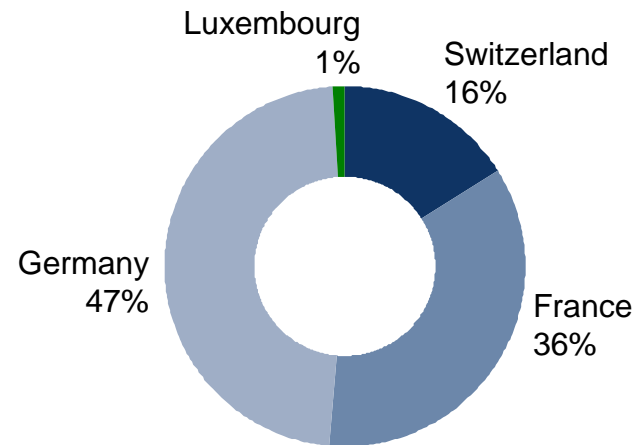


Equity portfolio (gross)

Insurance portfolio (fair value basis)

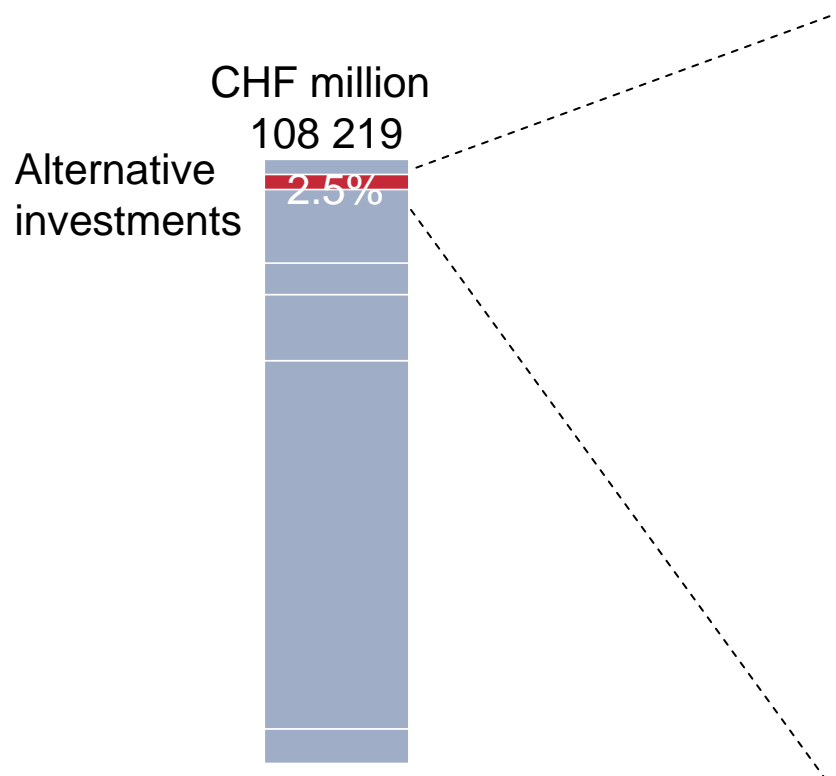


Breakdown by country

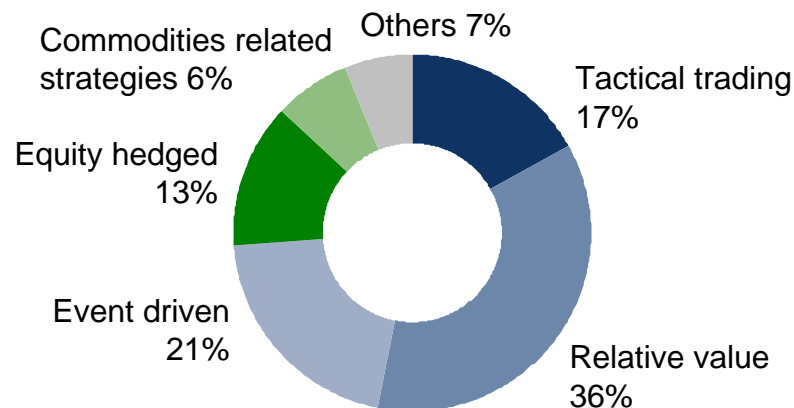


Alternative investment portfolio (gross)

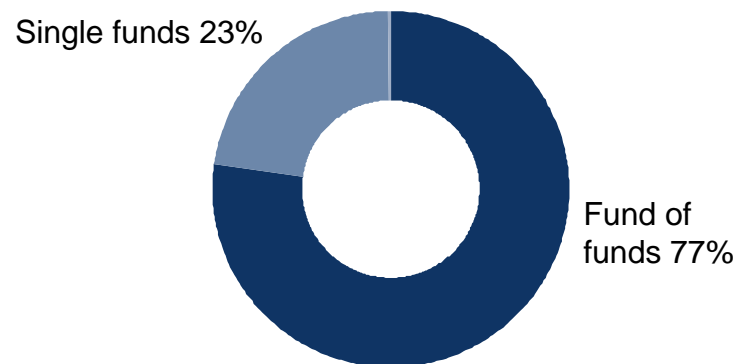
Insurance portfolio (fair value basis)



Hedge funds: CHF 2.4 billion



Private equity: CHF 263 million



Hedge funds movements

CHF million (fair value basis)



Forex and interest rates

Foreign currency exchange rates

	30.06.09	31.12.08	30.06.08	1.1.-30.06.09	1.1.-30.06.08
EUR	1.5255	1.4915	1.6054	1.5061	1.6060
GBP	1.7927	1.5413	2.0265	1.6841	2.0745
USD	1.0799	1.0608	1.0156	1.1293	1.0506

Interest rates ¹⁾

	30.06.09	31.12.08	30.06.08
CHF	2.319	2.095	3.288
EUR	3.386	2.951	4.621
USD	3.533	2.212	3.969
GBP	3.690	3.020	5.130

1) 10-year government bond

Supplementary information

1. Profit and loss

2. Balance sheet

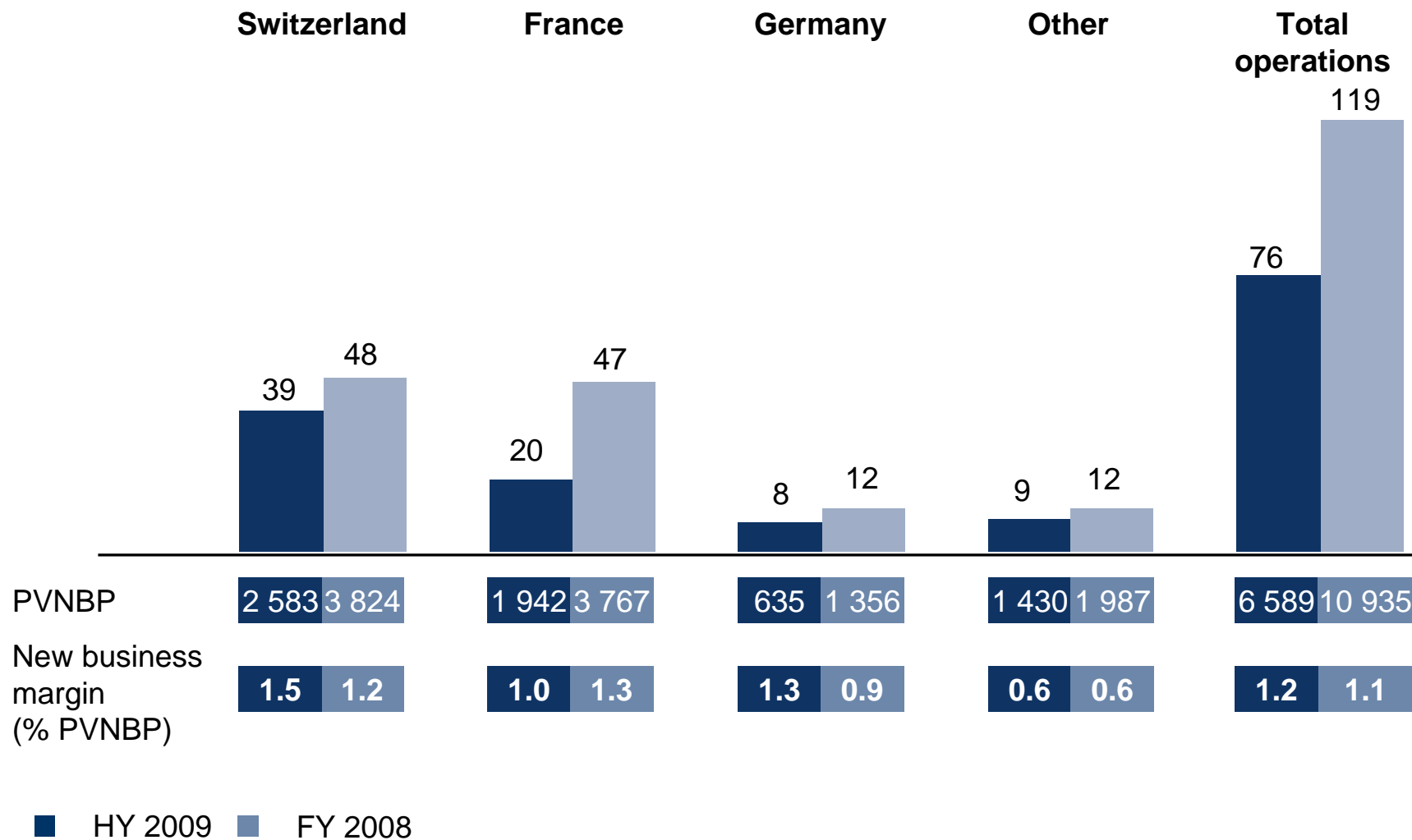
3. Investments

4. Market consistent embedded value (MCEV)

5. Contact details and financial calendar

Value of new business

CHF million (MCEV)



Value New Business for HY2009



CHF million (MCEV)	Switzerland	France	Germany	Other	Total
Value of new business	39	20	8	9	76
Annual premiums	105	175	69	2	350
Single premiums	733	883	55	1 416	3 088
Present value of new premiums (PVNBP)	2 583	1 942	635	1 430	6 589
Average annual premium multiplier	17.6	6.1	8.5	7.1	10.0
New business annual premium equivalent (APE)	178	263	74	144	659
change to HY 2008	+17%	+107% ¹⁾	+12%	n/a	+86%
New business margin (% PVNBP)	1.5%	1.0%	1.3%	0.6%	1.2%
change to FY 2008	+30bps	-30bps	+40bps	+0bps	+10bps
New business margin (% APE)	22.1%	7.7%	10.8%	6.2%	11.6%
change to FY 2008	+380bps	-170bps	+300bps	+40bps	+100bps
Value added by new business	64	48	12	19	143
New business strain	-25	-27	-4	-10	-67

1) APE for Swiss Life France as of HY2008 reflects the previous legal structure

Value of new business: Economic assumptions



Liquidity premiums

Business unit	HY 2009
Switzerland	50 bp
France, Germany and Luxembourg	50 bp
Liechtenstein	0 bp

Swap rates

Economy	1 year	2 year	5 year	10 year	15 year	30 year
Switzerland	0.54%	0.81%	1.89%	2.77%	3.15%	3.01%
Euro Zone	1.36%	1.80%	2.86%	3.66%	4.08%	4.02%
United States	0.88%	1.49%	2.97%	3.82%	4.10%	4.25%

Expected forward inflation rates

Economy	1 year	2 year	5 year	10 year	15 year	30 year	Year 1	Year 2	Year 5	Year 10	Year 15	Year 30
Switzerland	0.54%	0.81%	1.89%	2.77%	3.15%	3.01%	-0.2%	-0.5%	0.5%	1.4%	2.2%	2.2%
Euro Zone	1.36%	1.80%	2.86%	3.66%	4.08%	4.02%	1.1%	1.4%	2.2%	2.6%	2.9%	1.8%
United States	0.88%	1.49%	2.97%	3.82%	4.10%	4.25%						

ATM implied volatilities of 20-year receiver swaptions (12 months average)

Economy	1 year option	2 year option	5 year option	10 year option	15 year option	30 year option
Switzerland	23.8%	21.8%	19.6%	20.1%	20.2%	11.0%
Euro Zone	23.6%	20.7%	17.7%	17.2%	18.9%	19.2%
United States	33.7%	29.7%	24.3%	19.5%	18.0%	15.9%

Equity option implied volatilities (12 months average)

Economy	Index	Volatility
Switzerland	SMI	27.9%
Euro Zone	Eurostoxx	31.3%
United States	S&P 500	31.9%
Asia Pacific	Nasdaq	31.3%

Real estate volatilities

Economy	Volatility
Switzerland	10.0%
Euro Zone	15.0%

Cautionary statement regarding forward-looking information



This presentation is made by Swiss Life and may not be copied, altered, offered, sold or otherwise distributed to any other person by any recipient without the consent of Swiss Life. Although all reasonable effort has been made to ensure the facts stated herein are accurate and that the opinions contained herein are fair and reasonable, this document is selective in nature and is intended to provide an introduction to, and overview of, the business of Swiss Life. Where any information and statistics are quoted from any external source, such information or statistics should not be interpreted as having been adopted or endorsed by Swiss Life as being accurate. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this information. The facts and information contained herein are as up to date as is reasonably possible and may be subject to revision in the future. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees or advisors nor any other person makes any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of the information contained in this presentation. Neither Swiss Life nor any of its directors, officers, employees and advisors nor any other person shall have any liability whatsoever for loss howsoever arising, directly or indirectly, from any use of this presentation. This presentation may contain projections or other forward-looking statements related to Swiss Life that involve risks and uncertainties. Readers are cautioned that these statements are only projections and may differ materially from actual future results or events. All forward-looking statements are based on information available to Swiss Life on the date of its posting and Swiss Life assumes no obligation to update such statements unless otherwise required by applicable law. This presentation does not constitute an offer or invitation to subscribe for, or purchase, any shares of Swiss Life.

Supplementary information

1. Profit and loss
2. Balance sheet
3. Investments
4. Market consistent embedded value (MCEV)
- 5. Contact details and financial calendar**

Kontaktdetails und Finanzkalender

Kontakt

Media Relations Hotline

Tel. +41 (43) 284 77 77

E-mail: media.relations@swisslife.ch

Finanzkalender

Zwischenmitteilung Q3

11. November 2009

Investors' Day 2009

15. Dezember 2009

**Für aktuelle Informationen besuchen Sie unsere Webseite
www.swisslife.com**



SwissLife

Bereit für die Zukunft.